

**Corabastos: La adecuada disposición de los residuos orgánicos, un reto  
mediado por el Diseño Gráfico**

**Carlos Andrés Chauza Guavita**

**Fundación Universitaria Los Libertadores  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Programa de Diseño Gráfico  
Bogotá D.C, 2017**

**Corabastos: La adecuada disposición de los residuos orgánicos, un reto  
mediado por el Diseño Gráfico**

**Carlos Andrés Chauza Guavita**

**Código 201023009100**

**Proyecto de grado para optar por el título de  
Diseñador Gráfico**

**Director de trabajo de grado  
Nidia Raquel Gualdrón Cantor**

**Fundación Universitaria Los Libertadores  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Programa de Diseño Gráfico  
Bogotá D.C, 2017**

## **NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

**Presidente del Jurado**

---

**Jurado 1**

---

**Jurado 2**

## **DEDICATORIA**

*Dedico este trabajo de grado a mis padres por su paciencia y apoyo en el transcurso de este proceso académico, a mis amigos que motivaron y apoyaron en la culminación de este proyecto y en especial a los comerciantes de Corabastos por su labor incansable en el desarrollo económico y social en Bogotá.*



## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradecimientos totales a toda mi familia que apoyo la culminación de este proceso académico, a la profesora Nidia Raquel Gualdrón tutora del proyecto por su paciencia e incondicionales aportes conceptuales, de igual forma a mis amigos y docentes que estuvieron colaborando en el desarrollo de este trabajo de grado.*

## **RESUMEN**

Proyecto enfocado en la investigación en Diseño y su incidencia en el desarrollo de estrategias de comunicación orientadas a proponer soluciones gráficas en el contexto social de la plaza de mercado de Corabastos. Está fundamentado en las problemáticas que afectan específicamente un determinado entorno, en este caso el mal manejo de las basuras y/o desechos orgánicos en la Plaza de mercado de Corabastos. Con esto y teniendo en cuenta el contexto de la problemática junto con el grado de influencia sobre el macro y micro entorno se logra incidir en el componente social, individual y colectivo del entorno circundante inmediato a la plaza de mercado. Adicionalmente surge el interés por la problemática de las basuras y como estas han llegado a modificar negativamente los barrios aledaños a la central mayorista; es así como este proyecto propone plantear una estrategia de comunicación gráfica desde la investigación, que invite a los comerciantes a realizar sus actividades económicas de una manera consciente y responsable en Corabastos.

A través de la Etnografía, los imaginarios, la Cartografía y la Publicidad Persuasiva se buscó detectar aspectos culturales y tradicionales típicos del entorno popular, tales como los procesos de selección, preferencias, gustos personales y demás, que permitirán posteriormente plantear elementos narrativos conceptuales y estilísticos en el desarrollo gráfico; la selección e implementación de herramientas evaluativas, fueron referenciadas de procesos sociales gráficos orientados a la obtención de resultados cualitativos entre los comerciantes y los visitantes de Corabastos.

Finalmente se desarrolló una estrategia de comunicación gráfica, basada en los resultados obtenidos en la investigación, se planteó una posible solución grafica a través de la gráfica activista, y el diseño reivindicativo o el diseño social, buscando mediar y proponer una posible solución de manera integral y cercana con las personas que se ven inmersas en las diferentes problemáticas que afectan el entorno en el cual cada individuo como miembro activo de la sociedad se ve afectado. Con el ánimo de modificar gradualmente las prácticas indebidas entorno a las basuras en Corabastos, la idea es que los comerciantes y el público en general identifique cómo puede mejorar las condiciones laborales y comerciales en la plaza de mercado, en búsqueda de un ambiente más sano para el desarrollo cultural y social de la ciudad en general.

### **Palabras Clave:**

Diseño social, Investigación en Diseño, Etnografía, Comunicación Persuasiva, Imaginarios, Diseño de información, Elementos gráficos informativos, Basuras, Desechos orgánicos, Tratamiento de residuos orgánicos, Estrategias de comunicación gráfica

## INTRODUCCIÓN

El planteamiento de este proyecto nace desde la preocupación personal por exaltar uno de los elementos tradicionales de nuestra cultura, las plazas de mercado, las cuales vistas desde diferentes puntos de vida han sido reconfiguradas por diversas generaciones como ese espacio urbano hoy en día de una manera negativa; para las personas mayores de sesenta años ir a hacer compras en dichos lugares es lo más tradicional y autóctono de nuestra sociedad, llegando a ser considerado el centro de intercambio cultural y social por excelencia; para otros más contemporáneos, son lugares remotos y olvidados, en donde la noción de peligro, desaseo y vulgaridad tienden a ser el común denominador.

La convergencia de lo rural y lo urbano se entrelazan en las plazas de mercado de Bogotá, ya sea en su componente comercial o social, en donde los límites entre un lado y el otro llegan a ser casi imperceptibles. La contribución que las plazas de mercado han tenido en el desarrollo de las ciudades y que de manera silenciosa ha pasado a lo largo de la historia, es admirable y un aspecto a destacar. En este contexto el proyecto pretende plantear una posible solución al mal tratamiento de basuras el cual es uno de los problemas que han conllevado hoy en día a las plazas de mercado en general y en especial a Corabastos a perder dicho protagonismo en la ciudad, convirtiéndose en un lugar indeseable, foco de problemáticas sociales profundas y cotidianas. Se identifican otras problemáticas que no se abordarán a profundidad tales como son el consumo y tráfico de drogas, los desórdenes organizacionales y la delincuencia entre otras.

Estas problemáticas, se han intensificado a lo largo de los años ratificando la imagen negativa que hoy en día proyecta Corabastos y en particular el tratamiento inadecuado de los desechos orgánicos, causante de malos olores y desórdenes ambientales que han perdurado a través de los años y han sobrevivido a los múltiples traslados de la plaza mayor de Bogotá conocida en la actualidad como la central mayorista de abastos.

De esta manera, el proyecto busca encontrar un punto de anclaje en donde el Diseño gráfico pueda servir como mediador a la problemática, planteando un sistema gráfico que permita prevenir y alertar a los comerciantes, trabajadores y potenciales compradores, sobre los problemas sociales, comerciales y ambientales que los desechos orgánicos provocan en el diario vivir de Corabastos y de las personas que frecuentan dicho lugar, por lo cual es un asunto que compete a todos como habitantes de Bogotá.

## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN .....	7
Capítulo 1 .....	13
Capítulo 2 .....	17
Descripción del contexto.....	17
2.1 - Corabastos en el contexto histórico .....	17
2.1.1 - La central de Corabastos .....	21
2.1.2 - Actualidad de Corabastos.....	24
2.2 - Pertinencia temática de los imaginarios en el proyecto .....	25
2.2.1 - Imaginarios en la sociedad .....	28
2.2.2 - Imaginarios aspectos generales .....	28
2.2.3 - Imaginarios en las plazas de mercado.....	30
2.3 - Problemáticas sociales en Corabastos.....	37
2.3.1 - Las basuras y los desechos orgánicos .....	42
2.3.2 - Repercusiones de las basuras y los desechos orgánicos en Corabastos .....	45
2.3.3 - Marco legal de regulación de las basuras en Corabastos .....	51
2.3.4 - Soluciones implementadas anteriormente en Corabastos sobre las basuras .....	53
2.3.5 - Riesgos asociados a las basuras y a los desechos orgánicos en Corabastos.....	58
Capítulo 3 .....	61
Marco de referencia.....	61
3.1 - El Diseño gráfico y su efecto en la sociedad .....	61
3.2 - El diseño socialmente responsable.....	62
3.3 - La función del diseño gráfico .....	66
3.3.1 – La academia frente a las problemáticas sociales .....	67
3.3.2 – El desarrollo del diseñador gráfico frente a las problemáticas sociales .....	68
3.3.4 - La comunicación persuasiva .....	69
Capítulo 4 .....	74
Marco Metodológico: Descubrir .....	74
4.1 – Fase 1 - Análisis de referentes conceptuales .....	74
4.2 – Fase 1 - Implementación de método investigativo y recopilación de datos.....	86
4.3 - Fase 2 - La Etnografía.....	88
4.4 –Fase 2 - Perfilación de los usuarios .....	92
4.4.1 - Expresiones orales recurrentes .....	93
4.4.2 - Constantes estéticas.....	95
4.5 – Fase 3 - Herramientas de recopilación de datos .....	99
4.6 – Fase 3 - Observación no participante .....	100

4.6.1 - Agenda de campo .....	100
4.6.2 - Mapeo Colectivo .....	101
4.7 – Fase 4 - Modelos de elección y selección de los comerciantes .....	117
4.8 – Fase 4 - Interpretación de datos y definición de piezas a diseñar .....	122
Capítulo 5 .....	124
Desarrollo conceptual y gráfico: Definir, Desarrollar y Devolver .....	124
5.1 – Definir - Tono de comunicación .....	124
5.2 - Definir - Proceso conceptual.....	125
5.3 – Definir - Productos gráficos Vs los perfiles de usuario obtenidos .....	131
5.4 – Definir - Beneficios de la implementación de los medios seleccionados a intervenir ...	134
5.5 – Definir - Estructura de los mensajes .....	136
5.5.1 – Segmentación de la comunicación .....	137
5.6 – Definir - Conceptualización de la propuesta .....	138
5.6.1 - Carácter gráfico.....	141
5.6.2 – Representación gráfica .....	141
5.6.3 – Composición.....	144
5.6.4 – Paleta de color .....	145
5.6.5 - Tipografía.....	147
5.7 – Desarrollar - Proceso de bocetación .....	148
5.7.1 – Slogan identificador .....	149
5.7.2 – Bocetación de personajes .....	151
5.7.3 – Primera etapa de bocetación.....	152
5.7.4 – Segunda etapa de bocetación.....	153
5.7.5 – Tercera etapa de bocetación .....	154
5.7.6 – Productos finales .....	155
5.8 – Devolver - Evaluación.....	161
6 – Conclusiones.....	163
6.1 – La capacidad de persuasión del Diseño gráfico a través de la investigación .....	163
6.2-La investigación en el diseño encaminada a la generación de enfoques conceptuales y gráficos no convencionales .....	163
6-3 La necesidad del diseño gráfico al servicio de la sociedad.....	164
6.4 -La potencia interdisciplinar del diseño para proponer técnicas o métodos de investigación .....	165
Bibliografía.....	166
Anexo 1 - Registro Fotográfico y Agenda de Campo.....	168
Anexo 2 – Estructura de la herramienta de mapeo a implementar.....	241
Anexo 3 – Ejercicios de mapeo desarrollados.....	243
Anexo 4 – Matrices de análisis gráficas.....	279

## Tablas

Tabla 1 - Palabras más usadas por los comerciantes en Corabastos. ....	94
Tabla 2 - Medios de comunicación predilectos por los comerciantes en Corabastos. ....	97
Tabla 3 - Categorización de edades, lugar de procedencia y género sexual de las personas encuestadas. ....	103
Tabla 5 - Clasificación de puesto de trabajo, años de experiencia en Corabastos y nivel de escolaridad. ....	105
Tabla 6 - Relaciones familiares con frecuencia de visita en Corabastos. ....	106
Tabla 7 - Medios de comunicación en relación con comerciantes de Corabastos. ....	107
Tabla 8 - Percepciones de las basuras en Corabastos. ....	108
Tabla 9 - Razones del desorden de las basuras en Corabastos. ....	109
Tabla 10 - Percepciones de la problemática en Corabastos. ....	109
Tabla 11 - Afectaciones de la problemática los comerciantes en Corabastos – Fuente: Elaboración propia. ....	110
Tabla 12 - Problemas ambientales de las basuras en Corabastos. ....	110
Tabla 13 - Repercusiones de las basuras en Corabastos. ....	110
Tabla 15 - Sensaciones percibidas procedentes de las basuras en Corabastos. ....	111
Tabla 16 – Percepciones puntuales de las basuras en Corabastos. ....	112
Tabla 17 - Acciones de los comerciantes frente a las basuras en Corabastos. ....	113
Tabla 18 - Otras problemáticas enlazadas con las basuras en Corabastos. ....	114
Tabla 19 – Posibles elementos funcionales para la intervención gráfica. ....	123

## Figuras

Figura 1 - Fotografía de la Plaza de Bolívar en Bogotá en el año de 1886. ....	17
Figura 2 - Fotografías de las plazas San Francisco y La Concepción, finales siglo XIX.....	18
Figura 3 - Fotografía de Manuel H, día laboral en la plaza España en 1950 .....	19
Figura 4 - Puestos mayoristas de papa en la plaza España.....	21
Figura 5 - Trasteo de los comerciantes de la plaza España a las bodegas de CABSA.....	22
Figura 6 - Comerciantes visitando por primera vez las instalaciones de CABSA (Corabastos).....	24
Figura 7- Fotografía de Corabastos en un día laboral año 2015.....	25
Figura 8 - Desordenes de organización y disposición de zonas en Corabastos.....	38
Figura 9 - Una de las entradas de la bodega minorista en Corabastos. ....	39
Figura 10 - Bodega 23 de la plaza de mercado de Corabastos.....	42
Figura 11 - Recolección de alimentos de las canecas de Corabastos .....	46
Figura 12 - Canecas dispuestas cerca de la zona de clasificación para uso de desechos como compost ....	54
Figura 13 -Recolección de alimentos de los andenes y las canecas de Corabastos.....	58
Figura 14 - Campaña de Honk Kong, la basura tiene rostro .....	75
Figura 15 - Campaña en Tailandia en contra de manejar con licor.....	76
Figura 16 - Campaña en Rumania “La naturaleza no es reciclable” .....	77
Figura 17 - Campaña “Lo dejarías en el suelo de tu casa” en Madrid, España.....	78
Figura 18 - La basura dice mucho de quien la tira, campaña en Canadá .....	79
Figura 19 - ¿Es lo que esperas encontrar en el mar?, campaña en Brasil.....	80
Figura 20 - Baratico no más, campaña en Perú .....	81
Figura 21 - Si ensucias matas, campaña en Perú.....	82
Figura 22 - Los come caca, campaña en Lima, Perú.....	83
Figura 23 - Campaña Basuras Cero, Bogotá, Colombia .....	84
Figura 24 - Democratización de la imagen, Bogotá, Colombia .....	85
Figura 25 - Avisos identificados de puestos en Corabastos.....	95
Figura 26 - Identificadores institucionales en las áreas comunes de Corabastos .....	96
Figura 27 - Aspectos básicos de las personas vinculadas al ejercicio de mapeo.....	104
Figura 29 -Experiencias laborales y educativas en Corabastos .....	105
Figura 30 - Relaciones familiares o sociales en Corabastos.....	106
Figura 31 - Preferencia de los medios de comunicación en Corabastos .....	107
Figura 32 - Gráfica primera pregunta, segmentación por género.....	108
Figura 33 - Gráfica de pregunta 2, segmentación por género. ....	109
Figura 34 - Gráfica pregunta 3, segmentación por género. ....	109
Figura 35 - Gráfica pregunta 4, segmentación por género .....	110
Figura 36 - Gráfica pregunta 5, segmentación por género .....	110
Figura 37 - Gráfica pregunta 6, segmentación por género. ....	110
Figura 39 - Gráfica pregunta 7, segmentación por género. ....	111
Figura 40 - Gráfica pregunta 8, segmentación por género .....	112
Figura 41 - Gráfica pregunta 9, segmentación por género .....	113
Figura 42 - Gráfica pregunta 10, segmentación por género .....	114
Figura 43 - Gráfica representativa de la rutina de la actividad laboral diaria en Corabastos. ....	119
Figura 44 - Respuestas recurrentes en el mapeo y encuesta realizada en la plaza de mercado.....	120
Figura 45 - Elementos susceptibles de intervención gráfica – Fuente: Elaboración propia.....	131

Figura 46 - Interpretaciones conceptuales a implementar.....	139
Figura 47 – Identificadores plazas de mercado de Bogotá.....	142
Figura 48 - Elementos gráficos vectoriales en Corabastos.....	143
Figura 49 - Paleta de color seleccionada - Fuente: Elaboración propia.....	146
Figura 50 - Jerarquías de tipografía para la propuesta gráfica - Fuente: elaboración propia.....	148
Figura 51 - Experimentación de personajes.....	151
Figura 52 - Personaje y posturas del árbitro de fútbol.....	152
Figura 53 - Experimentación de personajes, tipografía y gama.....	153
Figura 54 - Segundo proceso de bocetación.....	154
Figura 55 - Definir elementos gráficos en las piezas.....	154
Figura 56 - Productos finales identificador y canecas.....	155
Figura 57 - Producto final, carros de carga e indumentaria.....	156
Figura 58 - Producto final del calendario.....	157



## Capítulo 1

### TEMA:

El proyecto surge desde la preocupación personal por exaltar uno de los elementos tradicionales de nuestra cultura, las plazas de mercado, las cuales vistas desde diferentes puntos de vida han sido reconfiguradas por diversas generaciones como ese espacio urbano hoy en día de una manera negativa; para las personas mayores de sesenta años ir a hacer compras en dichos lugares es lo más tradicional y autóctono de nuestra sociedad, llegando a ser considerado el centro de intercambio cultural y social por excelencia; para otros más contemporáneos, son lugares remotos y olvidados, en donde la noción de peligro, desaseo y vulgaridad tienden a ser el común denominador.

La convergencia de lo rural y lo urbano se entrelazan en las plazas de mercado de Bogotá, ya sea en su componente comercial o social, en donde los límites entre un lado y el otro llegan a ser casi imperceptibles. La contribución que las plazas de mercado han tenido en el desarrollo de las ciudades y que de manera silenciosa ha pasado a lo largo de la historia, es admirable y un aspecto a destacar. En este contexto el proyecto pretende plantear una posible solución al mal tratamiento de basuras el cual es uno de los problemas que han conllevado hoy en día a las plazas de mercado en general y en especial a Corabastos a perder dicho protagonismo en la ciudad, convirtiéndose en un lugar indeseable, foco de problemáticas sociales profundas y cotidianas. Se identifican otras problemáticas que no se abordarán a profundidad tales como son el consumo y tráfico de drogas, los desórdenes organizacionales y la delincuencia entre otras.

Estas problemáticas, se han intensificado a lo largo de los años ratificando la imagen negativa que hoy en día proyecta Corabastos y en particular el tratamiento inadecuado de los desechos orgánicos, causante de malos olores y desórdenes ambientales que han perdurado a través de los años y han sobrevivido a los múltiples traslados de la plaza mayor de Bogotá conocida en la actualidad como la central mayorista de abastos.

De esta manera, el proyecto busca encontrar un punto de anclaje en donde el Diseño gráfico pueda servir como mediador a la problemática, planteando un sistema que permita prevenir y alertar a los comerciantes, trabajadores y potenciales compradores, sobre los problemas sociales, comerciales y ambientales que los desechos orgánicos provocan en el diario vivir de Corabastos y de las personas que frecuentan dicho lugar, por lo cual es un asunto que compete a todos como habitantes de Bogotá.

Es necesario hacer claridad y dar a conocer la responsabilidad profesional y los alcances del diseñador gráfico en un entorno que está expuesto a un sin fin de interpretaciones sociales erróneas, sobre los cuales se cataloga la profesión como “dibujante”, “impresor” o “publicista”, relacionando la profesión con una acción en específico y no como un trasgresor de códigos que plantea una solución gráfica en una necesidad de comunicación puntual; independientemente de lo anteriormente mencionado este proyecto no está orientado en promover un producto, una idea, un servicio, está enfocado en el bienestar individual y colectivo del ser humano; buscando promover un diseño más humanista y menos capitalista, encaminado a contribuir a la sociedad de una manera positiva.

### **PREGUNTA:**

¿Cómo el diseño gráfico puede incentivar la adecuada disposición de residuos orgánicos en la plaza de Corabastos?

### **OBJETIVO GENERAL:**

- Diseñar un sistema de productos gráficos para los comerciantes de Corabastos, orientado a incentivar el tratamiento adecuado de los residuos orgánicos en la plaza de mercado.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar los factores que han conllevado a las personas que frecuentan Corabastos a realizar prácticas erróneas en la manipulación de residuos orgánicos en la plaza de mercado.
- Desarrollar una experiencia de investigación centrada en los usuarios, que oriente las decisiones sobre función, concepto, contenido y lenguaje visual para la producción gráfica.
- Diseñar un sistema de productos gráficos que permita persuadir e informar a los usuarios de Corabastos sobre los efectos que causa el mal uso de los residuos orgánicos, en los aspectos laboral, personal, social y económico de la plaza de mercado.

## ANTECEDENTES Y/O ESTADO DEL ARTE

Uno de los puntos de partida de este proyecto es buscar tesis o proyectos de grado referentes al tema a tratar o al entorno sobre el cual se estructura el presente trabajo, por consiguiente se incluyen a continuación las tesis resultantes de dicha búsqueda e investigación, tomadas como referencia, para abordar el grupo social a afectar y la problemática central a trabajar en el proyecto, definiendo elementos teóricos, investigativos y conceptuales.

- **“La infografía audiovisual como herramienta didáctica en la enseñanza del reciclaje”** es una tesis elaborada por William Alfonso Bolívar Romero estudiante de la Fundación Universitaria Los Libertadores, quien busca por medio de la infografía audiovisual realizar un plan de reciclaje en la localidad de Kennedy en los estudiantes de 11 a 13 años.
- **“Sistema señalético para la plaza de Corabastos”** un proyecto de grado realizada por el estudiante John Carlos Contreras Tez estudiante de la Fundación Universitaria Los Libertadores quien busca desarrollar un sistema señalética que permita a los usuarios de la plaza de Corabastos encontrar los productos y servicios con facilidad, constituyéndose éste en un referente aplicable al resto de infraestructuras de este tipo.
- **“Plan de negocios para la creación de una planta de procesamiento de residuos sólidos urbanos para la producción de compost”**(es el producto que se obtiene del compostaje y compuestos que forman o formaron parte de seres vivos en un conjunto de productos de origen animal y vegetal): viabilidad para tres ubicaciones en la ciudad de Bogotá y sus alrededores” tesis realizada por José Pablo Uribe López, Andrés Vanegas Barrera y Francisco Alejandro Cardona González estudiantes de Pontificia Universidad Javeriana quienes buscan en la tesis plantear una evaluación de proyecto de una planta de compostaje que trabaje con los residuos orgánicos de ciertos centros de abastecimientos dentro de la ciudad de Bogotá y sus alrededores.
- **“Comercializar abastos al día”** tesis realizada por Beatriz Ardila Becerra estudiante de la Universidad Externado de Colombia, cuya intención primordial consistió en partir de una situación y de una necesidad real, para crear un producto que sea competitivo, aceptable, rentable y al mismo tiempo se constituya en apoyo y en servicio especial de comunicación oportuna y de transferencia de tecnología en distintos aspectos del mercado.

- **“Plazas de mercado impacto y repercusiones”** tesis elaborada por Víctor Raúl Botía Sarmiento estudiante de la Universidad de la Salle, quien realiza un análisis comparativo de las plazas de mercado a estudiar, resumiendo los aspectos socio-económicos, urbanos, físicos y ambientales de cada una de ellas para luego proponer recomendaciones en cada aspecto.

Los trabajos de grado anteriormente citados son aquellos que se van a tener como referencia a la problemática de basuras. Las primeras dos tienen como objetivo indicar las posibles soluciones gráficas planteadas como proyectos gráficos, los cuales consisten en material audiovisual y un sistema señalético para la plaza de Corabastos, además de otros trabajos de grado que plantean soluciones parciales a problemas de comunicación en empresas o en la corporación de Corabastos, en los cuales se plantean estrategias comunicativas y la implementación de una revista. Los demás proyectos tienen como tema en común el tratamiento de las basuras en las plazas de mercado de Bogotá y en donde se muestran en gran parte los estudios sobre la cantidad de desechos orgánicos que produce Corabastos y cómo este contribuye al daño ambiental de la ciudad.

## Capítulo 2

### Descripción del contexto

Para poder entender la problemática que se pretende abordar hay que tener en cuenta la importancia de las plazas de mercado a nivel histórico, político, económico y social a través de los años en la ciudad, destacando la influencia que estas han tenido en el crecimiento de Bogotá; por consiguiente se realiza un acercamiento histórico a las principales plazas mayoristas de mercado que han surgido en Bogotá con la intención de centralizar el comercio mayorista y minorista de la ciudad.

Debido a un sin número de problemáticas que se han mantenido a través de los años y entre las cuales se puede encontrar complicaciones a nivel social, ambiental, político y organizacional se ha modificado el entorno dentro y fuera de las diferentes plazas mayoristas de Bogotá, evidenciándose las consecuencias años después pero que sin embargo a través de los años han adquirido fuerza y se han arraigado prácticamente a las estructuras funcionales de la ciudad y de Corabastos.

### 2.1 - Corabastos en el contexto histórico

En los inicios de Bogotá, los aborígenes fueron los primeros en instalar sus mercados en las afueras de las poblaciones y en los cruces de los caminos, éstos entendidos como los primeros, sitios o plazas de mercado y que posteriormente con la llegada de los españoles y de Gonzalo Jiménez de Quesada se convertirían en puntos de referencia para la construcción de las primeras iglesias en Santa fe de Bogotá; simultáneamente surge la primera plaza mayorista de mercado en 1542, ubicada en la plaza central de la iglesia de San Francisco conocida como “la plaza de la Yerba”, la cual se caracterizaba por el constante intercambio de productos entre vendedores y compradores.



*Figura 1 - Fotografía de la Plaza de Bolívar en Bogotá en el año de 1886 - Fuente: Manuel H, 2002, p23.*

A comienzos del siglo XIX Bogotá estaba conformada por 195 manzanas y tenía una población aproximada de 20.000 habitantes distribuidos en ocho barrios en los cuales se encontraban cuatro iglesias. Dadas dichas circunstancias se decidió trasladar la plaza de mercado de San Francisco a la Plaza Mayor de la Catedral, conllevando a que la plaza de San Francisco se convirtiera en un mercado secundario pequeño en donde los indígenas vendían más barato todos los días. Por otra parte se pueden encontrar diversas descripciones de escritores, refiriéndose a las plazas de mercado en la Bogotá del siglo XIX y cómo la Plaza Mayor adquirió valor e importancia para una ciudad:

Desde este mismo momento la Plaza Mayor se convirtió en la plaza más importante de la ciudad, en donde se podía encontrar un sin número de víveres y alimentos frescos y de gran calidad, el crecimiento llegó a tal punto que las calles adyacentes se convirtieron en zonas de mercado especializado que posteriormente a dichas calles se les asignaron nombres de acuerdo a la mercancía que se comercializara, en ese entonces en dicha plaza se levantó una especie de fuente la cual recibía agua de los ríos San Agustín y Fucha, dicha fuente en ese entonces y cuentan los historiadores que estaba adornada con una estatua de piedra que se decía era la representación de “Juan El Bautista” pero todos la conocían como “el mono de la pila”, años más tarde con la colocación del monumento al libertador Simón Bolívar se decidió trasladar la plaza de mercado a otro lugar de la ciudad en crecimiento. (Cepeda Pérez, 2002, p.31).<sup>1</sup>



*Figura 2 - Fotografías de las plazas San Francisco y La Concepción, finales siglo XIX – Fuente: Manuel H, 2002, p.40.*

Los mercados de San Francisco y de la Plaza Mayor se acabaron con el pasar de los años debido al poco espacio que había para albergar comerciantes y compradores; por eso en su lugar se construyó en terrenos de un antiguo convento “El Centro de Abastecimientos Cubierto”, ubicado entre las calles 10 y 11 conocida por los habitantes de la ciudad con el nombre “La Plaza De La Concepción” nombre que se debe a su cercanía con la iglesia del mismo nombre; fue una idea innovadora para

---

<sup>1</sup> - Cepeda, L. (2002). Historia del comercio mayorista de alimentos en Bogotá. Bogotá, Colombia: Panamericana formas e impresos.

la época en ese entonces por el amplio espacio que brindaba para almacenar mercancías a los comerciantes en un espacio cubierto, tuvo cupo suficiente para brindar toda clase de productos perecederos y no perecederos, manteniendo la capacidad de proveer productos a mercados, tiendas y plazas menores de la ciudad.

La Plaza de la Concepción funcionó de 1910 a 1953 cuando fue cerrada por orden del alcalde mayor de Bogotá el Coronel Julio Cervantes debido al crecimiento acelerado de la ciudad que alcanzaba una población estimada de 100.000 habitantes, haciendo que las instalaciones de la plaza de mercado no fueran suficientes para almacenar las cantidades de víveres secos y perecederos, por lo cual se hizo necesaria la ampliación de las zonas de comercio entre las calles 10 a la 12 y entre las carreras 11 y 13, permitiendo la apertura de nuevos locales y zonas de comercio, especializadas en abarrotos, dulces, galletería, licores y demás.

Debido al crecimiento acelerado de la ciudad se fundaron otros mercados, como el de la Plaza de Egipto que funcionó al frente de la iglesia de la Plaza de Las Cruces abasteciendo el sur de la ciudad, posteriormente a estas dos plazas surge la Plaza de Las Nieves edificada entre Carrera 9 y 10 y entre Calles 20 y 21, la Plaza de Comuneros en la calle 60 entre carreras 13 y 14, y La Concordia en la calle 14 con Carrera 1, en este entonces el abastecimiento estaba en el orden de 1.500 y 2.000 toneladas de alimento diariamente en La Plaza de la Concepción y había cerca de 200 comerciantes mayoristas y unos 500 que distribuían alimentos perecederos.



*Figura 3 - Fotografía de Manuel H, día laboral en la plaza España en 1950 – Fuente: Manuel H, 2002, p.52.*

De 1953 a 1970 comienza la orden de desalojo de La Plaza de mercado de La Concepción debido a la falta de vías para la circulación de vehículos pesados lo cual no permitía el correcto

abastecimiento en los puestos de comercio; haciendo necesario buscar un sitio más amplio estructuralmente para trasladar La Plaza Mayor, reubicándola en La Plaza España entre las Carreras 15 a la 21 y las Calles 8 a la 13; dicho traslado de ubicación de la plaza de mercado fue descrito de la siguiente manera por uno de los comerciantes de ese entonces:

El resultado de la medida tomada por el alcalde fue el traslado desorganizado, en un sitio en donde no se ha condicionado las instalaciones necesarias para el manejo de alimentos, en este lugar se instalaron siete plazas en donde se catalogan los productos entre los cuales había de todo, productos perecederos y facturados, también ubicadas ferreterías, droguerías entre otros. Las condiciones en estas plazas eran cada vez más caóticas, las instalaciones inadecuadas, los vehículos de carga pesada pasaban más de una hora buscando donde estacionar para poder entregar la carga, las calles eran inundadas por vendedores, los comerciantes minoristas y el desorden era impresionante, los ladrones abundaban, las lluvias eran terribles, todos estos factores externos afectaba principalmente a los que allí laboran, siendo cerca de 5000 comerciantes de todas las clases, habiendo unos 1000 mayoristas 1500 medianos y 2500 al detal, en el año de 1970 se genera la construcción de un centro comercial para disfrutar un espacio en familia libre de cualquier plaga. (Cepeda Pérez, 2002, p.65).<sup>2</sup>

De este recorrido histórico se pueden identificar los diferentes factores que conllevaron a la creación de Corabastos como central mayorista de alimentos de Bogotá, teniendo en cuenta que las plazas de mercado mayoristas han sido lugares de gran concurrencia en donde la función principal es el beneficio de conseguir alimentos de excelente calidad para el consumo diario a precios asequibles.

Esto a su vez, ha reconfigurado los diferentes espacios públicos que la plaza mayor de Bogotá ha tomado como lugar para establecerse, el impacto sobre ellos ha sido negativo, llenando de basuras los espacios aledaños a los centros de comercio popular dando mal aspecto a las diferentes locaciones donde alguna vez estuvo; en algunos casos los daños fueron permanentes y ha costado hasta el día de hoy recuperar dichos espacios urbanos que se vieron inmersos en problemáticas de inseguridad, desaseo y comercio de sustancias ilícitas marcando el panorama actual de Corabastos en el desarrollo diario de la ciudad.

---

<sup>2</sup> - Cepeda, L. (2002). Historia del comercio mayorista de alimentos en Bogotá. Bogotá, Colombia: Panamericana formas e impresos.



### 2.1.1 - La central de Corabastos

En 1970 se empezó a planificar la construcción de un centro comercial para distribuir los alimentos higiénicamente, en un lugar adecuado para su comercialización, es así como esta ponencia fue promovida por varios personajes políticos y logísticos como son el caso del Doctor German Feged, encargado de los estudios para la construcción y puesta en funcionamiento de la Central de Abastos en la ciudad de Bogotá; el Presidente Carlos Lleras Restrepo y el Alcalde de Bogotá en ese entonces Emilio Urrea Delgado jugaron un papel fundamental en la planificación y construcción de la Central de Abastos de Bogotá, buscando garantizar la regulación de precios y el buen almacenamiento para el suministro de alimentos para una ciudad en crecimiento. Posteriormente con la llegada a la Presidencia de la República del Doctor Misael Pastrana Borrero se dio prioridad al proyecto para la construcción de las instalaciones de la central de abastecimiento en Bogotá, tomando como nombre el proyecto de Corporación de Alimentos para Bogotá S.A o CABSA como fue conocido en un principio.



*Figura 4 - Puestos mayoristas de papa en la plaza España – Fuente: Manuel H, 2002, p.50.*

Buscando identificar y solucionar las deficiencias del mercado agropecuario se creó la Corporación de Abastos de Bogotá S.A. el 5 de agosto de 1972, en este mismo año comenzaron las obras de la gran central de abastecimientos de Bogotá, en donde fue necesario conformar un grupo multidisciplinario y completo que permitiera y garantizara la finalización pronta y completa de las instalaciones; uno de los grandes retos para esta obra fue la iluminación en dicho lugar pues había que tener en cuenta que ésta no perjudicara o afectara la apariencia y la frescura de los productos o alimentos a almacenar.

Dadas las condiciones laborales y supliendo la necesidad de una central de abastos amplia para organizar los desórdenes de La Plaza España, “La Colosal Obra” como fue denominada en ese entonces, se realizó en un tiempo relativamente corto y eficaz, construyendo las bodegas y las zonas urbanas de la gran central en el año de 1972; pero la tarea más difícil en este proyecto fue el tratar de convencer a los comerciantes de trasladarse a un lugar más distante y fue así como las razones de apatía a la idea comenzaron a surgir debido a los temores de perder la acreditación de los negocios y los clientes que frecuentaban los mismos debido al traslado de sus negocios, por consiguiente se buscó que a través de un grupo de comerciantes, convencer a los demás de los beneficios que esto traería para el negocio.



*Figura 5 - Trasteo de los comerciantes de la plaza España a las bodegas de CABSA – Fuente: Manuel H, 2002, p.71.*

Una vez concluidas las obras de construcción y adecuación de las instalaciones de CABSA, se procedió a poner en funcionamiento las estrategias anteriormente mencionadas para persuadir a los comerciantes de la Plaza Mayor a trasladar sus puestos de comercio de la Plaza España a la nueva central de abastecimiento; la manera más eficaz de llegar a los mismos fue de la mano de comerciantes como Samuel Palacios Salinas, quien en ese entonces fue uno de los comerciantes encargados de explicarles a sus colegas las ventajas y los beneficios de trasladarse a CABSA de la siguiente manera:

Pese a las condiciones que se vivían en la Plaza España, con el barro, el desorden, la inseguridad, y el congestionamiento, fue bastante duro convencer al comercio de la necesidad del traslado a CORABASTOS. Se mostraban renuentes eran muy tradicionalistas, sentían como si hubieran nacido en esa plaza y no querían pasarse. Pero poco a poco se logró, en charlas, en grupo o personales y así, a trancazos, como se dice, llegamos al nuevo hogar comercial. Recuerdo que la nostalgia nos embargó a muchos y nos desahogamos tomándonos unas polas.

Durante la etapa de capacitación que nos ofreció la administración de CABSA, los comerciantes comenzamos a estudiar relaciones humanas, mercadeo, ventas, y las que más se resistían a aceptarlo eran las marchantas, señoras gordas, con delantal negro, pañolón y sombrero, que siempre se sentaban en una caja al pie de los productos y gritaban a todo pulmón a los compradores:”, “¿Qué va llevar, marchanta?”, “Sumerce cómpreme algoito”. Eso teníamos que cambiarlo, pero las señoras no querían y por ello se rehusaban ir a la capacitación.

El cambio fue bueno, fue como pasar de la mula al avión, porque las instalaciones eran modernas, había baños, calles limpias, pavimentadas, seguridad, droguerías, cafeterías, bancos y otros servicios que requería el comercio. Yo vendía en La Plaza España tres toneladas de piña al día, más o menos 6.400 unidades, a razón de 250 pesos el bulto de 25 piñas. Esa venta era altísima, lo que implicaba que cuando comenzaban a vender no podía bajarme del camión ni para ir al baño, porque como vendía en efectivo, reunía gran cantidad de dinero, y si me bajaba del vehículo lo más probable era que me estuviera esperando los ladrones, de modo, pues que tenía que esperar a un familiar para que me acompañara para ir a cualquier lugar después de la venta. La inseguridad era terrible.

Cuando pasé a CORABASTOS, en poco tiempo dupliqué las ventas que hacía en la plaza España, recuerdo que los primeros días la gente llegaba más que todo a curiosear, a mirar la obra, las instalaciones y de paso compraban una piña, una papaya, un melón: llevaban algo, para mostrar en el bus o en la casa que había ido a la central. Era como aquel que va a Monserrate y cuando se baja compra los calentanos y el cuadro del señor caído, para completar el paseo. Una anécdota que me viene a la memoria es que, al trasladarnos, un comerciante que vendía coco en La Plaza España no tuvo en cuenta el cambio y no se hizo inscribir para que le dieran un puesto en la central. Un día llegó con un viaje de 5.000 cocos, y como no tenía lugar para venderlos, le dijo a la administración: “si no me dan un puesto, que pena pero los riego en la carretera y comienzo a vender”. La administración le adjudico un sitio provisional, porque el personaje era muy conocido por los compradores.” (Cepeda Pérez, 2002, p.75).<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> - Cepeda, L. (2002). Historia del comercio mayorista de alimentos en Bogotá. Bogotá, Colombia: Panamericana formas e impresos.



*Figura 6 - Comerciantes visitando por primera vez las instalaciones de CABSA (Corabastos) – Fuente: Manuel H, 2002, p.73.*

El resultado del traslado de instalaciones de la plaza mayor fue positivo y beneficioso para los comerciantes pues incrementaron su producción comercial y se habían librado en ese entonces, de problemáticas de diferente índole, social, cultural y personal, que estaban perjudicando el flujo comercial en la Plaza Mayor conocida el día de hoy como Corabastos. Finalmente las actividades en Corabastos iniciaron el domingo 16 de julio de 1972 a las 4:30 de la mañana y a las 12:00 del mediodía ya era poco lo que quedaba por vender en los puestos; el 20 de julio de 1972 junto con la conmemoración del día de la independencia de Colombia, se realizó la gran inauguración con la participación de más de 100.000 personas que presenciaron la ceremonia que consistió en un gran desfile de artistas nacionales e internacionales; es de resaltar que todos los actos fueron transmitidos por radio y televisión.

### **2.1.2 - Actualidad de Corabastos**

Actualmente Corabastos es el centro de productos agrícolas y agroindustriales más grande de Bogotá y Colombia, además de ser una de las centrales más importantes de comercialización en Latinoamérica, llegando a negociar más de 500 productos de tipo perecedero, provenientes de diferentes regiones del país y del mundo entero.

Hoy en día Corabastos está constituida por 32 bodegas mayoristas con 29 espacios de comercialización en cada bodega, en donde se pueden encontrar zonas minoristas, plazoletas campesinas, ferreterías, zonas de empaque, agroquímicos, y demás en cada bodega se pueden encontrar cerca de 1.600 comerciantes minoristas y mayoristas, zonas complementarias como lo son la red de fríos, bancos, droguerías, estaciones de gasolina, zonas administrativas, entre otros.

El tránsito vehicular en Corabastos está estimado en cerca de 10.000 vehículos correspondientes a un 60% de automóviles, camperos y carros pequeños, 20% a camionetas y un 20% a camiones y tracto mulas en un horario de 10:00 de la noche a 5:00 de la tarde con una afluencia de 150.000 personas al día de domingo a domingo; además Corabastos alcanza un ingreso diario de alimentos de 6.700 toneladas de las cuales la papa alcanza la mayor demanda en el comercio de la plaza de mercado, seguida de las frutas y las hortalizas en general.



*Figura 7- Fotografía de Corabastos en un día laboral año 2015 – Fuente: Elaboración propia.*

Pero a pesar de lo favorable que puedan parecer las cifras, Corabastos hoy por hoy ha disminuido de una manera notable el flujo social y económico al que se presentaba en la plaza 10 años atrás, pues hasta el día de hoy los pequeños y medianos vendedores se han visto relegados a convertir sus negocios en bodegas en donde se desgrana la arveja o se almacenan frutas y/o verduras de todos los tipos, éste fenómeno no solo se presenta en Corabastos sino también en todas las plazas de mercado de la ciudad debido a la aparición de nuevas formas de negocio y comercialización de alimentos, las cuales se presentan a los consumidores de una manera más práctica y agradable y las cuales posteriormente se analizarán en el proyecto.

## **2.2 - Pertinencia temática de los imaginarios en el proyecto**

Antes de cualquier definición acerca del tema, es importante tener en cuenta las razones por las cuales los imaginarios son necesarios para el proyecto; para empezar es un proceso que a modo general es indispensable para el desarrollo individual y colectivo del ser en la sociedad, gracias a los imaginarios existen convergencias simbólicas que permiten la interrelación de los seres humanos y afrontar las dificultades que el entorno y la vida en sociedad plantea en el día a día. De hecho todos los procesos, actitudes, desarrollos y protocolos que hacen que la sociedad y el entorno, funcionen correctamente parten de una idea, un sueño o una fantasía que hicieron a un determinado grupo de personas ver más allá de lo cotidiano, y aportar avances, científicos, físicos,

procedimentales y de aprendizaje que condujeron a lo que es hoy en día la sociedad y el entorno que circunda al ser humano.

Paralelamente junto con los comerciantes, las personas que frecuentan Corabastos no son ajenas a dicho fenómeno anteriormente mencionado, pues son los que más se ven vinculados a los imaginarios, reconfigurando el entorno en el cual se desenvuelven, generando códigos propios para interrelacionarse, rodeados de símbolos que única y exclusivamente crearon para vivir su desarrollo profesional y personal en dicho entorno; siendo innegable la implementación de símbolos convencionalizados en la plaza de mercado de Corabastos.

A través de la historia en los inicios de la civilización, el ser humano ha sido el centro de desarrollo histórico y social del mundo, poco a poco su existencia material se reconfiguró convirtiéndose en relatos y/o pensamientos susceptibles a diversas interpretaciones de acuerdo a cada relator y la época en la cual se desarrolle dicho suceso. Estas acciones han logrado que cada uno pueda hacerse una idea propia de lo acontecido, llevando a tener su propia percepción de acuerdo a su experiencia frente a la misma; en el pensamiento se comienza a actuar con una idea o una palabra, generado en esos momentos precisos, imágenes, acciones, características únicas o compartidas las cuales van finalizar con algo real y tangible que al analizarse fue producido casi que de manera instintiva e inevitable por la imaginación.

La imaginación inherente al desarrollo humano e independientemente de la actividad que el ser humano realice siempre está presente en nuestra mente sin importar que tan real o ficticio pueda llegar a ser, es así de esta forma como lo imaginario aparece en el pensamiento de la sociedad y del hombre; expresando lo imaginario en como la humanidad entera, organiza y expresa simbólicamente sus valores existenciales y su interpretación del mundo frente a los desafíos por el tiempo y la muerte (Wunenburger, 2000).<sup>4</sup>

Al hablar del imaginario hay que hablar de la imagen, la cual es la fuente principal de inspiración para cualquier pensamiento, idea, experiencia o análisis en la cual el ser humano está confrontado cotidianamente a estímulos e imposiciones de imágenes que van y vienen sin importar su durabilidad, la influencia de los medios masivos de comunicación y reproducción han creado hoy en día la “civilización de la imagen” esto, según Silva (Silva, Imaginarios Urbanos, 2006)<sup>5</sup> y Durand (Durand, 2000)<sup>6</sup>, hace que la reflexión e interiorización de la imagen como medio de

---

<sup>4</sup> - Durand, G. (2000). Lo Imaginario. Barcelona, España: Ediciones de Bronce.

<sup>5</sup> - Silva, A. (2006). Imaginarios Urbanos, Bogotá, Colombia: Nomos.

<sup>6</sup> - Durand, G. (2000). Lo Imaginario. Barcelona, España: Ediciones de Bronce.



imaginación sea para recordar o para analizar, no exista, todo está predeterminado para el consumo y de cierta manera “arrasar” con una conmoción total en nuestras filosofías.

Un mensaje es la idea que se queda en la mente de las personas y estas mismas son las encargadas de difundir esta información de acuerdo como ellas las interpreten, así mismo comienzan a generar sus propios puntos de vista contando con un recuerdo, una imagen o simplemente sus propias vivencias; en este caso los relatos cotidianos son la fuente principal de lo imaginario, palabras que van y vienen por medio de fábulas, secretos y hasta mentiras, llevando a que todo se convierta en fantasmas, espejismos y espectros ya que pese a que son acciones que no son visibles de igual manera las creen y las tienen siempre presente, puesto que todo comienza por algo que se dice y se quiere comprobar.

De esta manera es como el ser humano tiene la capacidad de discernir y poder evaluar y clasificar los espacios y personas de una ciudad, simbolizando y generando contenidos de acuerdo al sector, a la experiencia individual y colectiva que se ha tenido frente a dicho lugar y a la transmisión oral con la cual a partir de lo que se relata se genera un significado ya sea de forma positiva o negativa en la mente de la persona sin importar si ha conocido o no dicho lugar.

Los métodos de comprobación han surgido en el pensamiento humano como la necesidad de comprobar y sustentar la realidad o ficción de las cosas, mediante un método que es universal para todas las disciplinas, ámbitos y actividades humanas, es así como gracias a Aristóteles en siglo IV a.c se puede aplicar la Dialéctica, en donde los juicios y valores absolutos son el verdadero y el falso” (Durand, 2000)<sup>7</sup>. Es un método de comprobación que perdura hasta nuestros días y con el cual han venido siempre las dualidades para denominar cosas, acciones u objetos que circundan en nuestro entorno, juicios como: el bien y el mal o bueno y malo, adentro y afuera, justo o injusto, real o ficticio, todas estas figuras de evaluación dominan las actividades diarias y los modos de ver y percibir las cosas.

De esta manera es como se configura el espacio y el tiempo, ordenando la ciudad y sus lugares en “buenos o malos”, y/o “seguros o peligrosos” de acuerdo al pensamiento simbólico que se genere a partir de todos los estímulos anteriormente mencionados por el pensamiento y la mente denominados imaginarios, llegando a tener significados para todos los lugares sin importar que tan bien se reconozca o si alguna vez un determinado individuo ha visto o visitado dichos lugares; colegios, universidades, centros comerciales, tiendas, museos, barrios y plazas de mercado,

---

<sup>7</sup> - Durand, G. (2000). Lo Imaginario. Barcelona, España: Ediciones de Bronce.

independientemente de su categoría son susceptibles a la comprobación y evaluación de acuerdo al entorno que lo rodea.

### **2.2.1 - Imaginarios en la sociedad**

Antes de hablar de las diversas problemáticas que Corabastos tiene que combatir a diario para poder sobrellevar un ritmo comercial aceptable para el público en general, es importante encontrar herramientas conceptuales con la cuales poder analizar a través de la observación y la indagación los comportamientos y actitudes de un grupo objetivo; en este caso encontramos a los imaginarios, mencionados anteriormente como proceso de selección de información de un individuo y como esto afecta sus elecciones personales y sociales basadas en la experimentación y las vivencias del observador; dicha herramienta teórica y conceptual permite entender y clasificar dicha información teniendo en cuenta los parámetros de selección que el grupo social a estudiar use en su diario vivir, obteniendo conceptos, códigos y lenguajes propicios para el desarrollo técnico y estético de la pieza gráfica a proponer.

Es por eso que los imaginarios son una herramienta propicia para implementar en el proyecto debido al grado de análisis sobre determinados hechos o situaciones que pueden llegar o no a significar en los comerciantes de Corabastos en el aspecto social; al mismo tiempo se pretende confrontar las diferentes acciones o reacciones que los comerciantes tienen antes y después de entrar en contacto con las basuras y los desechos orgánicos en particular, teniendo como referencia la incidencia que estas tiene en su actividad laboral.

### **2.2.2 - Imaginarios aspectos generales**

Los imaginarios son un tópico importante a tratar en este proyecto, debido a su capacidad de asociación e identificación de elementos propios en una determinada cultura, sin embargo, los referentes conceptuales y teóricos acerca de dicho tema son escasos, y los pocos que se encuentran simplemente están en otros idiomas y no han encontrado una correcta traducción al español, por consiguiente es difícil encontrar posturas diversas que se puedan confrontar y que aporten elementos teóricos a la temática de imaginarios y al proyecto de los residuos orgánicos y basuras en Corabastos.



Para entrar en materia acerca de los imaginarios, se debe tener en cuenta como primera medida, que los imaginarios nacen a raíz de la necesidad de organización personal y colectiva de las imágenes mentales y visuales con las cuales cada persona interpreta el mundo, afrontado las dificultades y las barreras del tiempo, del espacio y de la vida, definidos de la siguiente manera:

Porque lo imaginarios, lejos de estar olvidado en lo arbitrario de las reglas de asociación, como en el caso de la antigua *phantasia*, obedece a una lógica restrictiva, sobre el modelo de las reglas semánticas y sintácticas y Por qué lo imaginario es un mundo intermediario, vuelto de un lado hacia estructuras elementales (diurna y nocturna). (Durand, 2000, p.11).<sup>8</sup>

Es así como se pueden evidenciar elementos vinculantes que contribuirán posteriormente en el reconocimiento de los imaginarios en el diario vivir del ser humano, a través del mito, la metáfora, la fantasía, la imaginación, la ensoñación entre otros más, con ello se logra la trasmisión y difusión de una manera convencionalizada que contribuye a la creación de signos constantemente, casi siendo esta tarea inherente a la necesidad de comunicación del ser humano, desarrollándose por sí misma, sin afectar el modo de ver, sentir, gustar u oler de la sociedad y del individuo que la conforma. Todo el proceso de argumentación y construcción de imaginarios se concreta en una imagen, buscando que esta imagen siempre trascienda gracias a su grado de complejidad y conformación con la cual fue gestada y puesta en funcionamiento en la sociedad.

Es de destacar en varios de los escritos que se analizaron, la insistencia en la manera que se producen imágenes provenientes de los imaginarios, pues dicha producción, en la actualidad se ha convertido en algo banal y sin sentido, ya que dichas imágenes no generan nuevos contenidos en la sociedad, es decir, no generan, apropiación, creatividad, educación, elementos identificables que afecten a la sociedad de una manera positiva, convirtiéndose este en un proceso de aprendizaje y crecimiento del individuo y de la sociedad en un círculo vicioso en donde el proceso de cambio por contradictorio que resulte, es constante y repetitivo.

La dificultad de los imaginarios para ser tomado como ciencia de estudio y de investigación de modos y modelos de vida tienen que ver con el conflicto interno entre la razón y la imaginación, pues dadas las pautas para la investigación y la exploración de materias o elementos que nos circundan, es innegable el valor que tiene la razón, sobre la imaginación, conllevando la razón muchas veces a la supresión y eliminación de la imaginación, relegando a la creatividad y al ensueño al espectro negativo, afectando el desarrollo del individuo en un determinado entorno.

---

<sup>8</sup> - Durand, G. (2000). Lo Imaginario. Barcelona, España: Ediciones de Bronce.

### 2.2.3 - Imaginarios en las plazas de mercado

Es innegable que con el paso de los años Bogotá es una ciudad que no para de crecer, así mismo es evidente que incrementa cada vez más sus necesidades sociales e individuales; es en este punto donde no solo basta con contar con un repertorio de ideas y/o pensamientos expresados por los ciudadanos que habitan Bogotá, sino que también es importante comenzar a conocer y apropiarse la idea más favorable para las personas que frecuentan dichos espacios de trabajo permitiendo mejorar su modelo de vida laboral, partiendo de un tema se puede llegar a generar nuevos progresos para la sociedad y el entorno en el cual se encuentran las plaza de mercado. Se encuentran entonces dos puntos que son apreciables por cualquier persona que haya visitado estos sitios de comercio popular; la inseguridad así como los malos olores, estos son los temas de mayor atención desde los inicios de la plaza mayor de esta manera:

Las condiciones de comercialización en esta plaza eran caóticas, las instalaciones inadecuadas para albergar el mercado que allí se congregaba. Un vehículo de carga tomaba una hora y hasta dos horas buscando un sitio para poder estacionar y hacer la entrega de carga, o para retirar las mercancías de los almacenes. Las calles eran invadidas por vendedores ambulantes de alimentos varios, el desaseo era impresionante y los ladrones andaban como pedro por su casa. De otro lado el espectáculo que se presentaba en la época de lluvia era terrible, las calles se convertían en lodazales y los compradores de verduras tenían que usar botas para entrar en algunas áreas. (Galvis, 1993, p.12).<sup>9</sup>

Debido al planteamiento de dichos temas anteriormente expuestos en lugares públicos, se comenzó a construir la idea de un centro comercial, donde los habitantes pudiesen sentirse más cómodos y a su vez encontrar nuevos productos y nuevos beneficios; dejando en el olvido las nociones de antaño que las personas mayores exaltan en sus narraciones sobre las plazas de mercado en general; ya no solo era un lugar de comercio para las personas, sino que también era un lugar de reunión, de encuentros familiares y de diversión.

A pesar de estos cambios y esta evolución comercial, las plazas de mercado siguen siendo uno de los lugares más importantes en la ciudad por ofrecer los mejores productos a precios bajos para la canasta familiar, es difícil saber en qué momento de la historia se modificó la idea original en los ciudadanos, haciendo que se pierda el interés y el agrado por frecuentar estos sitios.

---

<sup>9</sup> - Galvis, M. y Bernal, J. (1993). Propuesta integral de comunicación para Paulino Galvis e hijos Ltda. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional.

Hay que ver en primera medida la relación que hay entre el entorno y el contexto en el cual el proyecto pretende incursionar, que en este caso es la plaza mayorista de Corabastos y segundo tiene que ver con la identificación de elementos o factores que representan dicho entorno, entendidos como elementos únicos y significativos en su contenido sónico para los comerciantes y trabajadores de Corabastos. Un tercer ítem consiste en buscar estrechamente la relación de la percepción y la interpretación que se da sobre las plazas de mercado desde los diferentes puntos de vista de sus actores, es decir, comerciante, visitante frecuente, comprador, observador no frecuente, entre otros. Y por último el cuarto aspecto a identificar son las conexiones que hay de las definiciones a través del tiempo expresadas en torno a las plazas de mercado en la sociedad, es importante este punto con la intención de comparar y proponer soluciones a la problemática a tratar, teniendo en cuenta el grado de afectación que puede tener en Corabastos y en la sociedad.

Es pertinente vincular a continuación cuatro extractos textuales extraídos de libros, revistas y demás de distintas épocas o años, en donde por medio de un recuento cronológico, se podrán identificar aspectos que perduran a través del tiempo en el ideal de La Plaza Mayor y de Corabastos en los ciudadanos. El primero es una aproximación a las experiencias vividas por un personaje relevante en la literatura colombiana, allí se describe a rasgos superficiales y muy puntuales las sensaciones que la plaza mayor, en ese entonces la plaza España, despertaba en dicho personaje:

## REMEMBRANZAS

Uno de esos gratos recuerdos que los bogotanos, raizales o no, llevan en su memoria es aquel cuando chicos acompañaban a sus padres a hacer el mercado de plaza, semanal o quincenal. El cornista Fray Lejón narra precisamente una jornada en que la señora de la casa iba, “con la vieja cocinera, dos sirvientas con grandes canastos y el imprescindible chino de la casa, a adquirir el mercado semanal, que se guardaba muy bien arreglado y archivado en la amplia despensa, junto con el de grano y las carnes salazón”.

En esta historia, que pueden remontarse más de cien años atrás, pero que igual pudo suceder pocas décadas, o está a la vuelta de la esquina, el maestro relata que también allí se conseguía el “mecato”, como “las deliciosas fritangas con el crujiente chicharrón, las gordas morcillas, las quemantes papas criollas, las sabaneras con su chaleco de queso, las lonjas de carnes, los plátanos y pasteos fritos, las hirvientes lonjas de carnes de los más sápidos cuadrúpedos, y toda esa variedad de ricas viandas con el ají espuela al gusto, que dirían los finiseculares, que deleitaban a los caballeros y a donde llegaban a picar, entre compra y compra, las señoras”.

Menciona que había puestos en que vendían loza, e incluso vajillitas para los niños, así como ventas de flores “que en otrora no eran muy abundantes allí puesto que los grandes patios de las casas y los jardines de las quintas chapinerunas estaban plenos en ellas”

De los productos del campo nos recuerda “las arvejas vendidas por palitos, las habas por manotadas, los pollos, las gallinas, y los huevos en jaulas traídos de oriente, a la espalda. Los nabos, las habias para el cocido sabanero. Las hortensias comestibles, que son las coliflores y las alcachofas, comparables en las coplas a las mujeres: hojas, hojas y más hojas”.

De diversas partes llegaban ya provocativas frutas, algunas de las cuales no volvieron a verse como “las piñuelas del Huila, las rojas ciruelas del Tolima o los manjares de deliciosa almendra”.

Los aguacates, dice el relato, “para delicia del ajiaco dominical, eran solo por cosecha en julio y mitaca en diciembre, y ahora se traen a las ciudades todo el año. Y la plaza se llenaba de rico olor de las naranjas, las guayabas, las piñas, las curubas, unas de tierra caliente y las mejores de tierra fría, las papayas de tierra caliente para diferenciarlas de las de nuestros solares, el plátano de roco olor y sabor, que además tiene la fina belleza de una señora desnuda. Las granadillas que, como las pitahayas, vienen en los más perfectos estuches, como joyas de parís”. (Lejón, 2002, p.56).<sup>10</sup>

El relato anteriormente citado se ubica en el año de 1940 y describe la experiencia de visitar la plaza de mercado, como algo agradable, inculcando a los niños a visitar las plazas de mercado con los padres, lo cual posteriormente, generó un sentido de apropiación en los infantes que con el paso de los años se convirtieron en visitantes regulares de las plaza de mercado. Otro factor a destacar en el texto anteriormente expuesto es la asociación de olores y sabores mentales que se va produciendo al recordar los productos que se comercializan en la plaza de mercado, destacando la gran cantidad de estímulos que estos productos pueden o no llegar a generar en las personas que entran en contacto con los mismos, lo cual genera en el receptor una serie de elementos simbólicos e imaginarios que posteriormente permitirán identificar una época o un grupo determinado en el entorno popular.

Otro texto destacable aparece en el año de 1994, donde se hace una descripción interesante sobre una de las plazas de mercado de Bogotá, en donde se puede entrever la reconfiguración que ha tenido el imaginario de las plazas de mercado en los habitantes de Bogotá que con el paso de los años se han distanciado gradualmente de dichos puntos de comercio:

---

<sup>10</sup> - Lejón, F. (2002). Historia del comercio mayorista de los alimentos en Bogotá. Bogotá, Colombia: Panamericana formas e impresos S.A.

LUGAR: PLAZA DE BARRIO RESTREPO, BOGOTÁ – DIA: DOMINGO 1 DE MARZO –  
TIEMPO: 3 HORAS

Cuando subí al segundo piso encontré puestos donde vendían: gallinas, patos, canarios, pericos, jilgueros, perdices, gallinetas, perros, gatos, curíes y ardillas. Todo un zoológico, el cual expedía un olor desagradable. Como el mercado está desordenado, cerca de los animales encontré calzado para dama; solicité un par, pero qué cuerito tan duro. Lo devolví con un gesto de amabilidad.

Ya estaba intranquila porque me parecía que alguien me seguía pues estaba mirando mucho las cosas. También hay puestos de pescado, quesos, mantequilla, huevos... y ventas de comida con la famosa ensalada de frutas. Todo parecía muy apetitoso pero los olores del puesto del pescado cercano no hacían una feliz combinación. Dé todos modos las mesas estaban repletas. Existía una TV como atractivo.

Los productos son muy variados y alguien con plática puede mercar de todo. En la parte externa hay un mercado de verduras y a eso de la 1 de la tarde era muy poco lo que habían vendido. A la salida está la fritanga, pero ni por esas, la gente pasaba indiferente. También a la salida se escuchaban rancheras. (Solano, 1994, p.15).<sup>11</sup>

Nuevamente aparecen los estímulos a los sentidos que los productos despiertan en las personas que frecuentan las plazas de mercado de una manera positiva; por otra parte los aspectos negativos son demarcados de una manera puntual y precisa gracias a la desorganización y el desaseo; los olores que se pueden percibir en la plaza de mercado del barrio Restrepo han cambiado notablemente, debido a que son más perceptibles los olores de carnes de diferentes tipos y los excrementos de los animales vivos que allí se comercializan; por último es de mencionar la identificación que el visitante hizo a los elementos, tradicionales y/o culturales en la plaza de mercado, como los son la música, la forma de expresarse de los comerciantes y los productos que transportan al comprador o al visitante al ámbito rural, sin tener que salir de la ciudad.

Otro texto interesante a citar es uno publicado en la revista Soho en el año 2010, en donde se puede apreciar cómo la segmentación social, reconfigura las percepciones de las plazas de mercado frente a los diferentes estratos sociales y su modo de ver y vivir lo tradicional, lo rural y lo cultural en la ciudad:

---

<sup>11</sup> - Solano, G. (1994). Etnografía de las plazas de mercado de Bogotá, Bogotá, Colombia: Dimensión Educativa.

## LA PLAZA DE MERCADO

Fui a Corabastos, pero a mis tiernos 19 años aún no hacía mercado con mi plata ni me interesaba de verdad lo que sucedía allí dentro. Era previsible que los demás alumnos hicieran una apología de los campesinos sencillos que vendían los productos, cultivados por ellos mismos, el empuje, la alegría, el tesón, los frutos que brotaban de nuestra bella Colombia, etcétera. Yo, con un espíritu punk contracultural bastante huevón, escribí un texto rabioso en el que decía que ir a la plaza de mercado era una mierda, que yo prefería ir al Súper Ley, donde podía parquear el carro cómodamente, no me untaba de nada ni tenía que aguantar las manos rugosas de los vendedores, había Red Multicolor, podía comprar las cosas empacadas, empujar mi carrito entre las impecables góndolas de productos perfectamente ordenados, en fin... Cuando la profesora lo leyó en voz alta, Nubia Castañeda, una compañera de curso, se puso de pie y delante de todo el mundo me dijo que yo era superficial, pendejo, soberbio, arribista y que mi texto era una mierda (no pronunció la palabra, pero casi).

Salí de la clase satisfecho, sintiendo que yo era un verdadero salvaje contestatario y mi compañera, una mamerta irredimible. La diatriba contra las plazas de mercado creó una impronta mental que me alejó de aquellos lugares durante largos años. Pero desde hace tres años vivo cerca de la Plaza de Paloquemao y, por proximidad, por curiosidad, porque sabía en el fondo que mi posición era bastante estúpida. (García, 2010).<sup>12</sup>

En este artículo se pueden apreciar algunos elementos distintivos del relato expresado por el autor, por un lado los perjuicios sociales que se han creado en torno a las plazas de mercado de Bogotá en general, es decir, imaginarios superficiales que han surgido y perdurado a través de la interacción y el intercambio de las experiencias vividas entorno a las plazas de mercado, han conllevado a la trasmisión de mensajes negativos alrededor de las plazas de mercado tales como la inseguridad, el desaseo y los malos olores entre otros. Por otro lado los extranjerismos que se aplican en la sociedad hasta el día de hoy han conducido a las nuevas generaciones a relegar en un segundo plano las prácticas culturales y tradicionales del campo en la ciudad representadas en las plazas de mercado de Bogotá en general y en Corabastos.

Por último un artículo de la revista carrusel permite ver una especie de homenaje a la gastronomía y a la cultura rural de nuestro país, así como las múltiples formas de incursionar e incentivar lo rural en la ciudad:

---

<sup>12</sup> - García, A. (2010). Revista Soho, La plaza de mercado. Bogotá, Colombia: <http://www.soho.com.co/el-erizo/articulo/la-plaza-de-mercado/12576>.

## HUELE A LONGANIZA EN SUSÁ

“Mi mamá me enseñó que uno nunca debe abandonar su pueblo”. Recuerda Florinda Romero, de 77 años de edad, quien durante 50 años se ha dedicado al oficio que mejor conoce: la cocina, y en especial la preparación de longanizas, que ya tienen fama en Cundinamarca y Boyacá. Para ella es importante todo el proceso, desde la elección del cerdo hasta la manera de asarlo, porque “si uno no tiene paciencia y cariño, todo le termina sabiendo mal”, dice.

Ella ha preservado la receta que le enseñó su mamá, Carmen Romero: “uno debe escoger bien el marranito, que no esté enfermo. Eso sí, todos los ingredientes deben ser naturales, porque si no quedan como esas mezcolanzas que hacen en Bogotá”. También prepara queso de cabeza, cuchuco, rellena y jamón, que vende en su casa. Y los días jueves y miércoles a las 12:30 a.m. cuelga una bandera roja en su restaurante, que también es su casa, que avisa a los comensales que la comida está lista.

Doña Florinda, como la conocen en Susa (Cundinamarca), se viste con su delantal azul y ella misma corta y sirve las porciones que vende a 5.000 pesos. Hace 20 años es viuda y aunque no tuvo hijos sus platos están hechos con el amor de una madre.

## SABORES COSTEÑOS EN LA CONCORDIA

“Todos esto es tradición”, dice Luz Dary Cogollo mientras llegan los comensales a su restaurante Tolú, ubicado en la plaza de mercado del barrio La Concordia. “Yo tenía 13 años cuando llegamos de Ciénaga de Oro a Bogotá. Fue muy duro pero aun así mi mamá me enseñó nuestra tradición culinaria”, recuerda. Su madre, Digna Bedoya, le enseñó a cocinar el mote de queso, cabeza de gato, piola, enyucado y carimañolas, que venden en su restaurante, el cual abrió sus puertas en el 2012 gracias al iniciativa del instituto para la Economía Social (Ipes), cuyo objetivo es que la gente retome la costumbre de comer en la plaza.

“Trabajo con mi hermana Lexly y mi hijo, Erick. Él estudió gastronomía en la CUN”, dice orgullosa Luz Dary. Además de rescatar los sabores de su infancia, ella quiere preservar las tradicionales plazas de mercado, pues “la idea es que estos espacios no se pierdan en Bogotá, que la gente vuelva a comer aquí”. Luz Dary está contenta porque la clientela ha respondido bien. Ahora se dispone a preparar otra mojarra mientras su hijo lleva los platos a las mesas. (Arando, 2013).<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> - Arando, D. (2013). Revista Carrusel, Mujeres con sabor a identidad. Bogotá, Colombia: El Tiempo.

Con el paso de los años los efectos de la globalización repercuten cada vez más en los valores culturales y sociales, relegando a lo tradicional a un segundo plano y generando nuevos contenidos culturales desechables en donde los aspectos psicológicos determinan sensaciones que permiten hacer reconfiguraciones continuas a los lugares en la ciudad. Una evidencia contundente que presenta Armando Silva (Silva, Imaginarios Urbanos, 2006) como ejemplo, es la vitrina como objeto medidor en la sociedad, pues según el autor lo plantea como un elemento que permite despertar la imaginación y que conlleva a la exaltación o a la frustración debido a que incentiva a través de los objetos expuestos en la vitrina sensaciones que a través de las posibilidades trascienden de lo realmente conseguible a lo inalcanzable. El ser humano llega al punto de idealizar el objeto incluso al punto que quiera parecerse cada vez más a lo mostrado o expuesto en la vitrina y/o maniquí; esto evita buscar una verdadera identidad y originalidad que genere un diferencial entre las personas que conforman la sociedad. Algunas de las repercusiones de lo anteriormente expuesto, las manifiesta Armando Silva de la siguiente manera:

Bogotá se prepara para dejar las plazas de mercado en la nostalgia del recuerdo provinciano y aceptar definitivamente a los supermercados. Con el tiempo, las plazas deberán desaparecer y las que se mantengan lo harán si aprenden a mostrarse y comportarse con el “estilo” de los supermercados. Al respecto es pertinente mencionar el caso de la plaza de mercado que existía en la calle 63 entre carreras 15 y 16, que fue clausurada para ceder su edificio, previa remodelación, a una sucursal de una cadena de supermercados.

La tendencia a consumir y comprar en los “super” está relacionada, entre otras experiencias ya citadas en este texto, con la alta aceptación de los centros comerciales, con el cambio en la presentación de las vitrinas y toda su simbología y, en general, con una tendencia hacia la modernidad de la vida diaria. (Silva, 2006, p.301).<sup>14</sup>

Es así como los procesos simbólicos e imaginarios en Bogotá han tenido en cuenta la influencia de las tendencias mundiales estilísticas, en ámbitos tales como la moda, la tecnología, el estilo de vida entre otros, que repercuten y afectan la identidad de un determinado contexto; con ello surge la preocupación por el olvido de las plazas de mercado de Bogotá, las cuales representan lo tradicional y autóctono de Colombia y con ello destacando lo importante que es rescatar del olvido, lo que nos identifica como colombianos y bogotanos frente a las otras culturas alrededor del mundo que buscan a través del lujo y la masificación de los objetos o productos a comercializar generar conciencia de consumo en la sociedad; un ejemplo de cómo esto ha permeado nuestra ciudad es a través de la observación de centros comerciales cada vez más frecuentes de encontrar en la ciudad

---

<sup>14</sup> - Silva, A. (2006). Imaginarios Urbanos. Bogotá, Colombia: Nomos.



de Bogotá olvidando lo rural en una ciudad que corre por estar a la altura y al mismo ritmo de las grandes llamadas “capitales del mundo”.

### **2.3 - Problemáticas sociales en Corabastos**

Las actividades comerciales en Corabastos han disminuido notablemente en los últimos años con la llegada de nuevos y mejorados patrones de abastecimiento que la ciudad exige, afectando las pequeñas tiendas de barrio que han ido desapareciendo o modificando su actividad comercial debido a la aparición de grandes multinacionales y su sistema de supermercados que están acaparando puntos estratégicos de la ciudad; la desaparición de muchas tiendas se origina principalmente en que no resisten la competencia con aquellas multinacionales; las principales causas fueron que los pequeños empresarios dueños de tiendas de barrio se vieron forzados a aumentar los precios para poder cubrir sus necesidades y adicionalmente la escasez y la diversidad de productos es poca para la demanda de los habitantes de la ciudad; como consecuencia esto desencadena una serie de efectos negativos para la comercialización de alimentos en Bogotá, afectando a Corabastos directamente, viéndose los comerciantes forzados a tratar de diversificar su mercado, complementando sus negocios con otra serie de productos que antes no vendían en sus negocios y en ultimas a subarrendar sus espacios comerciales en la plaza de mercado como se evidencia de la siguiente manera:

“Al extinguirse en Bogotá más de 70.000 negocios en todas las ramas, de tamaños y economías diferentes, la miseria se apoderó de 70.000 familias que con sus negocios sostenían a 400.000 personas que trabajaban en estos negocios, tal situación disparo terriblemente el desempleo, ya que estaba en una cifra demasiado alta”. (Cepeda Pérez, 2002, p.117).<sup>15</sup>

Este fenómeno en crecimiento tiene sus inicios en los años 80’s con los desórdenes de traslado de la plaza España a la nueva plaza de mercado central, hoy conocida como Corabastos; al mismo tiempo con los comerciantes y los productos, se trasladaron ciertas prácticas indebidas en el comercio por parte de los comerciantes, trabajadores y compradores.

Con la aparición de los denominados “Fruver” o bodegas de venta de alimentos los cuales hasta el día de hoy están presentes en casi todos los barrios de Bogotá se produjo una disminución de ingresos para los pequeños comerciantes, tanto en las pequeñas tiendas de barrio, como en la misma central de abastos de Bogotá; el cierre continuo de negocios y la modificación de los espacios comerciales para guardar alimentos son el resultado del surgimiento de los “Fruver”. Pero ¿Cuál

---

<sup>15</sup> - Cepeda, L. (2002). Historia del comercio mayorista de alimentos en Bogotá. Bogotá, Colombia: Panamericana formas e impresos S.A. 2002.

es la causa de este fenómeno? La respuesta son las Ventajas en los procesos higiénicos durante la manipulación de alimentos, las cuales son superiores los “Fruver”; también la presentación y empaque de los productos es de mayor agrado para los consumidores en los productos del “Fruver” que en Corabastos, por otro lado la calidad y el precio de los alimentos es casi igual que en una plaza de mercado con la ventaja para el consumidor de la cercanía y la comodidad al ir a comprar los productos en dichos lugares comerciales. Sólo unos pocos pueden decir que Corabastos es agradable fundamento en las experiencias vividas en dicho sitio, pues en cifras y en citas textuales la cantidad de plazas de mercado existentes hasta el día de hoy en Bogotá luchan por no desaparecer en el olvido:

Santa fe de Bogotá tiene 36 plazas de mercado, 18 de propiedad del distrito y 18 de carácter privado. El estudio centra su atención sobre las primeras (comercializan el 10% de la demanda por alimentos de la ciudad) y sobre la central de abastos – Corabastos como mercado mayorista, de la cual el distrito es accionista, se estima que diariamente ingresan a Corabastos mas de 250.000 personas entre trasportadores, vendedores, empleados y compradores (la segunda central de abastos más grande de Suramérica). (Alcaldía mayor de Bogotá, 2007, p.11).<sup>16</sup>

Sin embargo, estas no son las únicas problemáticas que afronta Corabastos, ni tampoco es el eje principal en donde se fundamentan los otros problemas sociales presentes en Corabastos que posteriormente se profundizarán. Es así como buscando establecer estructuralmente el proyecto sobre un tema en específico a afectar se aclara que la intención principal es identificar las percepciones de los compradores, los vendedores y los trabajadores de la central mayorista, filtrados para evaluar el grado de importancia y de impacto que tienen las problemáticas la plaza de mercado y así obtener el tema a trabajar en Corabastos.



*Figura 8 - Desordenes de organización y disposición de zonas en Corabastos – Fuente: Elaboración propia.*

<sup>16</sup> - Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007). Proyecto de gestión de residuos orgánicos en las plazas de mercado de Bogotá D.C. Bogotá, Colombia: G-Dama.

A través de la investigación y la consulta de diversos textos se encontraron varias referencias de las problemáticas anteriormente mencionadas, lo que indicaría que esto no es algo nuevo a destacar dentro de las plazas de mercado como se evidencia anteriormente en el contexto histórico y las percepciones preliminares obtenidas por textos de apoyo implementados para este documento; deduciendo que en los diferentes momentos en los cuales la plaza principal cambió de ubicación en la ciudad en búsqueda de unos mejores espacios en donde comercializar los alimentos, se realizó en medio de desorden y de malas adecuaciones de los espacios en donde se comercializan los productos permitiendo la proliferación de espacios indeseables en donde la inseguridad y otras problemáticas más, tuvieron su nicho de formación y se volvieron parte de Corabastos y de las plazas de mercado de Bogotá en general.



*Figura 9 - Una de las entradas de la bodega minorista en Corabastos – Fuente: Elaboración propia.*

Es así como la sensación de intranquilidad que se siente por parte del comprador comienza a surgir, pues independientemente del tiempo teórico que se debe tomar para ver, observar, analizar, preguntar y elegir la mercancía, en la práctica éste debe ser aparentemente corto sin dar la posibilidad de seleccionar ni escoger los productos ya que es común encontrarse con expresiones como la siguiente: “Ya estaba intranquila porque me parecía que alguien me seguía pues estaba mirando mucho las cosas.” (Mariño, 1994, p.15).

Dicha sensación de inseguridad se puede analizar parte desde la propia continuidad de una problemática que comienza con las prácticas indebidas en torno a las basuras y la comercialización de sustancias psicoactivas, extorsiones y vacunas entre otras formas de delincuencia que se presentan tanto dentro, como afuera de Corabastos. Esta es una de las mayores causas por las cuales

los pequeños y grandes comerciantes no vuelven a Corabastos, llegando al punto de tomar medidas preventivas como lo hacen algunas personas que se sobreponen a la adversidad y se prestan allí para realizar las compras de varias personas en las bodegas de la plaza de mercado, cargando camiones completos y haciendo rutas para repartir los productos en algunos sectores de la ciudad.

La inseguridad presente en Corabastos es inmune al paso del tiempo y el espacio, a pesar de los múltiples cambios que ha tenido Corabastos para mejorar su servicio y su infraestructura para la ciudad dicha problemática ha perdurado y ha modificado su forma de actuar a través de los años, si bien algunas veces es evidente lo que sucede en Corabastos, por otro lado son muchas las cosas que no se ven a simple vista, igualmente lo cierto es que la inseguridad es lo que más se trata de combatir y a lo que más se le invierte día a día en Corabastos.

Otro factor que afecta Corabastos es la falta de organización tanto funcional como administrativa, que se logra apreciar en el desorden de automóviles, “coterros” o “zorreros”, tanto dentro como fuera de Corabastos durante la carga y descarga de mercancías, además que los andenes están atestados de vendedores al menudeo, que venden alimentos y otros productos de diversa procedencia en carretas o encima de “guacales”; estas y otras acciones están en el listado de actividades que se realizan tanto dentro como fuera de la plaza de mercado de Corabastos, en ellas se mezclan un sin número de productos, métodos, prácticas y demás que hacen caótico y algunas veces indeseable el paso por las instalaciones de Corabastos.

Históricamente los desórdenes en Corabastos, se han referenciado de diferente manera, de hecho desde los mismos comienzos de Corabastos, cuando empezó actividades en el año de 1972 se encuentran gran cantidad de gerentes y administradores que han pasado por el puesto y que debido a la inconformidad de los socios, comerciantes y demás, han contribuido a que muchos de ellos salgan en menos de 3 meses, conllevando la desorganización administrativa en la plaza de mercado vista de la siguiente manera:

Es por esto que esta zona sin modificaciones urbanísticas de fondo, generaban una serie de problemas que incidían negativamente tanto en el proceso de comercialización como sobre las características de la ciudad, a saber:

- Se presentaba una gran congestión de tráfico, ya que a esta zona ingresaban más de 30.000 vehículos diariamente.

- Falta de zonas de parqueo, de cargue con los consiguientes efectos de ocupación de vías y andenes utilizadas para estos menesteres.
- Extrema lentitud en el tráfico.
- Carencia de sitios adecuados de almacenamiento, lo que incidía directamente sobre la calidad y precios de los víveres.
- Carencia de zonas verdes e insuficiencia de servicios públicos.

De estos desordenes se generaban otros de índole social, ya que se daban las condiciones para el fomento y desarrollo de actividades como la prostitución y toda una gama de labores antisociales que ofrecía al sector, dado su carácter no adecuado a las necesidades de la función que se desempeñaba. Por otra parte, populaban las residencias, hoteles y restaurantes, bares y cantinas, en condiciones higiénicas y de comodidad totalmente insatisfactorias, destinados a suplir necesidades de los usuarios de esta importante zona. (Arana, 1983, p.23).<sup>17</sup>

La desorganización que se dio a través de los años no permitió un avance continuo que buscara ofrecer una mejor forma de presentar y ofrecer los productos a los consumidores y a los comerciantes; es aquí entonces donde se puede apreciar un dilema más a combatir no solo en Corabastos sino en las plazas de mercado en general, pues la mercancía de cierta manera pierde atractivo para el consumidor o el comerciante por su presentación o su mala manipulación, ya que algunas prácticas no son llamativas para los que trabajan allí y que algunas veces lo ven como algo innecesario e inservible para sus negocios provocando desorden de diferente índole, tanto administrativo como organizacional; al mismo tiempo, no se ha preocupado por buscar estrategias que busquen una posible solución a dicha problemática que tiene mucho que ver con la falta de cercanía con los comerciantes e informarlos de la importancia de una correcta manipulación de los productos, entendiendo que esta es la clave para evitar que disminuyan los clientes en Corabastos y aumenten en los “Fruver” de barrio, conllevando irremediablemente a un desenlace fatal para Corabastos y para las plazas de mercado de Bogotá expresado de esta manera hace algunos años:

La tendencia a consumir y comprar en los “super” está relacionada, entre otras experiencias ya citadas en este texto, con la alta aceptación de los centros comerciales, con el cambio en la presentación de las vitrinas y toda su simbología y, en general, con una tendencia hacia la modernidad de la vida diaria. (Silva, Imaginarios urbanos, 2006, p.282).<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> - Arana, J. y Sotelo, J. (1983). Aspectos organizacionales de la corporación de abastos de Bogotá. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional.

<sup>18</sup> - Silva, A. (2006). Imaginarios urbanos. Bogotá, Colombia: Nomos.

Actualmente la organización básica de la corporación corresponde a la de Sociedad Económica Mixta del Orden Nacional, vinculada al Ministerio de Agricultura, con naturaleza comercial de especie anónima. La corporación tiene los siguientes órganos de dirección y administración: Asamblea General de Accionistas, Junta Directiva y Gerencia General. La Junta Directiva de la Corporación de Abastos de Bogotá, S.A. “Corabastos”, está conformada por siete miembros principales con sus respectivos suplentes personales, nombrados por periodos de dos años y reelegibles indefinidamente, la conformación de la Junta Directiva está dada de la siguiente manera: el Ministro de Agricultura o su delegado, el Alcalde Mayor de Bogotá y/o su suplente y cinco miembros con sus respectivos suplentes.

### **2.3.1 - Las basuras y los desechos orgánicos**

La problemática de las basuras en Corabastos ha sido una de las cosas más complicadas de manejar a través de los años en la plaza de mercado debido a que las huellas de estas perduran hoy en día en los diferentes lugares en los cuales estuvo establecida la plaza mayorista de Bogotá ; al mismo tiempo, se puede decir que se ha convertido en un factor determinante para muchas personas al momento de elegir un lugar donde realizar sus compras, que han relacionado las basuras y los desechos orgánicos generados en la plaza de mercado de Corabastos con percepciones negativas e indeseables en los diferentes puntos de compra y en sus alrededores, conllevando con ello a cambiar de establecimiento y/o lugar de trabajo.



*Figura 10 - Bodega 23 de la plaza de mercado de Corabastos – Fuente: Elaboración propia.*

Con el paso de las diferentes administraciones por Corabastos, el tratamiento a la problemática ha sido irregular y no ha permitido mantener la continuidad en los proyectos que se han planteado para brindar un mejor proceso de recolección y aprovechamiento de las basuras generadas en la carga y la descarga de alimentos desde los camiones provenientes de diferentes regiones del país.

El desconocimiento en el tema de las basuras en Corabastos y de hecho, en general, en las plazas de mercado de Bogotá ha causado un manejo del tema bastante pobre, casi que precario, en donde el comprador o el visitante sobreentiende que no hay control alguno en este tema de la siguiente manera:

En las plazas de mercado y Corabastos el tema ambiental y de salud ocupacional no ocupa un espacio predominante, por lo tanto se encuentran serias deficiencias administrativas frente a la normatividad. Si bien, el problema es más de orden estético o de presentación pues no existe evidencia de generación de efectos nocivos sobre la salud de la población expuesta. Las bajas condiciones de higiene producen riesgos potenciales de accidentes por caídas, malos olores, vectores como moscas o ratas. (Valle, Compostaje de residuos orgánicos, 2002, p.31).<sup>19</sup>

Es así como la vigencia de la temática a tratar, encuentra a lo largo de la historia la principal causa de modificación, pues ha conllevado a que los lugares en los cuales la plaza principal de Bogotá estuvo ubicada; se convirtieran en zonas catastróficas para la ciudad como lo que fue la plaza España, la plaza de la Concepción y la plaza de Bolívar, a las cuales les ha costado mucho tiempo recuperarse del impacto social que se generó en estos lugares, tales como la proliferación de basuras, la venta y consumo de sustancias ilegales, la concurrencia y el establecimiento de habitantes de la calle en los alrededores de las plazas de mercado; por eso mismo, el proyecto se solventa como problemática a tratar sobre las basuras y los desechos orgánicos generados de la plaza de Corabastos, advirtiendo sobre cosas que potencialmente pueden llegar a ser complejas para toda la ciudad como lo fueron para las anteriores plazas principales.

Es necesario hacer precisión puntual sobre ciertos términos que de aquí en adelante en el proyecto se van a manejar con frecuencia a lo largo del documento, teniendo un protagonismo y periodicidad recurrente, necesarios para poder entrelazarse con el diseño gráfico y el contexto al cual se pretende afectar; es así que a través de algunas referencias textuales se procederá a obtener las definiciones pertinentes para este proyecto:

**BASURA:** Se entiende por basura todo residuo sólido o semisólido, putrescible o no putrescible, con excepción de excretos de origen humano o animal. Se comprenden en la misma definición los desperdicios, desechos, cenizas, elementos del barrido de calles, residuos industriales, de establecimientos hospitalarios y de plazas de mercados, entre otros.

---

<sup>19</sup> - Universidad del Valle. (2002). Compostaje de residuos orgánicos. Cali, Colombia: Universidad del Valle.

**DESECHO:** Denominación genérica de cualquier tipo de productos residuales, restos, residuos o basuras procedentes de la industria, el comercio, el campo o los hogares.

Según esto, se trata de productos que en ese marco apenas pueden ser utilizados, o no pueden serlo en absoluto, lo que no significa que carezcan por completo de utilidad y que no puedan servir como materia prima de otros procesos de producción, por intermedio del reciclaje.

**MATERIA ORGÁNICA:** Material animal o vegetal incorporado a los componentes del suelo después de un proceso de descomposición, que permite mejorar las condiciones físico-químicas de los mismos.

**RESIDUO:** Es todo material que mediante cualquier forma de aprovechamiento se puede reincorporar al ciclo económico.

**RESIDUO SÓLIDO:** Cualquier objeto, material, sustancia o elemento sólido que se abandona, bota o rechaza, después de haber sido consumido o usado en actividades domésticas, industriales, comerciales, institucionales, de servicios e instituciones de salud y que es susceptible de aprovechamiento o transformación en un nuevo bien, con valor económico.

**RESIDUO SÓLIDO TÓXICO:** Se entiende por residuo sólido tóxico aquel que por sus características físicas o químicas, dependiendo de su concentración y tiempo de exposición, puede causar daño a los seres vivos y aún la muerte, o provocar contaminación ambiental. (Bogotá, Programa para la gestión de los residuos sólidos orgánicos para la ciudad de Bogotá D.C., 2010).<sup>20</sup>

La familiaridad entre los términos basuras y los desechos orgánicos es bastante estrecha, sin embargo el término Basura es el principal a estudiar en este proyecto, entendido como cualquier sustancia u objeto que entra en estado de deterioro, descomposición y que por su ineficiencia en su uso puede ser desechada o descartada. En otro lado, el residuo se puede entender como aquella material que no representa utilidad o valor para el poseedor, pero puede ser vinculada nuevamente al proceso productivo de la economía mediante algún proceso industrial de reutilización en el cual se aprovechen sus cualidades químicas o sustanciales del mismo. En este aspecto, al hablar de residuos es importante aclarar que existen diferentes tipos y/o clasificaciones para los residuos, los cuales dependen de su procedencia, su consistencia y su vinculación con otros residuos, dependiendo a su vez de la vida útil como residuo:

---

<sup>20</sup> - Alcaldía Mayor de Bogotá. (2010). Proyecto para la gestión de residuos sólidos orgánicos para la ciudad de Bogotá D.C. Bogotá, Colombia: [http://www.uesp.gov.co/uaesp\\_jo/images/documentos/programaorganicos.pdf](http://www.uesp.gov.co/uaesp_jo/images/documentos/programaorganicos.pdf).



A los residuos se les considera un contaminante cuando su cantidad, composición o particular naturaleza sea de difícil integración a los ciclos, flujos y procesos ecológicos normales. Los residuos sólidos cada vez aumentan más y cada vez tienen menos contenidos biodegradables y más contaminantes peligrosos. (Valle, Compostaje de residuos orgánicos, 2002, p.29).<sup>21</sup>

Estos son los aspectos generales puntuales y fundamentales de los desechos orgánicos en el ámbito teórico y funcional de Corabastos, es necesario aclarar e imperativo dar a conocer los niveles de utilidad y recuperación que se pueden dar, no solo a Corabastos como punto de comercio de la ciudad sino también el poder de reconfigurar la imagen de las plazas de mercado en la sociedad a nivel general, brindando la importancia que estas merecen, ofreciendo mejores modelos y métodos de comercialización para todas las personas sin la indiferencia que hoy por hoy es bastante evidente en la mayoría de las plazas de mercado de Bogotá, principalmente Corabastos.

### **2.3.2 - Repercusiones de las basuras y los desechos orgánicos en Corabastos**

En cada uno de los ítems anteriormente expuestos en este proyecto se han realizado análisis cronológicos que permiten divisar un pequeño panorama de lo que sucede actualmente en Corabastos basados en investigaciones de campo de años anteriores y los cuales se exponen en este proyecto como referencia comparativa y evaluativa para la siguiente etapa de esta propuesta; por consiguiente es necesario citar un documento realizado por la Alcaldía Mayor de Bogotá en donde se describe el proceso de recolección de basuras que hasta el día de hoy se ha implementado:

La gestión interna de los residuos sólidos está a cargo de la Unión Temporal - Residuos Verdes, empresa contratada por CORABASTOS por un período de 11 años, quien tiene a cargo la realización del Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos de la plaza, a través de la ejecución de la limpieza, barrido, selección de los materiales potencialmente aprovechables (orgánicos e inorgánicos) y llevar a cabo la formulación e implementación de la tecnología de aprovechamiento más apropiada. Actualmente la Unión Temporal - Residuos Verdes, lleva a cabo la selección del material orgánico en dos fases: la primera, en las bodegas de almacenamiento y comercialización de los alimentos y posteriormente, una re selección en el centro de acopio, lugar en donde son llevados los residuos sólidos orgánicos y destrozados o picados, disminuyendo su tamaño. En este proceso se le adicionan microorganismos a los residuos, para permitir un mejor proceso de descomposición biológica.

---

<sup>21</sup> - Universidad del Valle. (2002). Compostaje de residuos orgánicos. Cali, Colombia: Universidad del Valle.

El 70% de los residuos corresponde a orgánicos, seguido de madera, papel periódico, plásticos y vidrio, principalmente. Dentro de los residuos orgánicos, el 20% proviene de frutas, el 40% de verduras y el otro 40% de hortalizas. (Bogotá, Programa para la gestión de los residuos sólidos orgánicos para la ciudad de Bogotá D.C., 2010, p.78).<sup>22</sup>



*Figura 11 - Recolección de alimentos de las canecas de Corabastos – Fuente: Elaboración propia.*

La ciudad deposita diariamente en el relleno sanitario de Doña Juana cerca de 5.000 toneladas de residuos sólidos; sobre lo cual las plazas de mercado y Corabastos producen diariamente 70.5 toneladas, es decir contribuyen con el 1.4% de los residuos totales”. Para este punto, no es alarmante la cifra anteriormente expuesta debido a que últimamente Corabastos ha llevado a cabo planes de optimización de basuras, que consisten en la reutilización de desechos como abonos para la tierra y el biodiesel ecológico, al mismo tiempo la cantidad de residuos orgánicos de Corabastos permite la recolección de alimentos de las basuras para el consumo diario, ya sea para la venta o para el consumo propio.

Un informe de la Secretaria de Desarrollo Económico de Bogotá, escrito por Gustavo Jiménez Perdomo el 30 de septiembre de 2008, hace una descripción completa de Corabastos como central de abastecimiento y recolección de alimentos no solo a nivel local, sino también a nivel nacional e

<sup>22</sup> - Alcaldía Mayor de Bogotá. (2010). Proyecto para la gestión de residuos sólidos orgánicos para la ciudad de Bogotá D.C. Bogotá, Colombia: [http://www.uesp.gov.co/uaesp\\_jo/images/documentos/programaorganicos.pdf](http://www.uesp.gov.co/uaesp_jo/images/documentos/programaorganicos.pdf).

internacional; observando el decrecimiento de Corabastos como protagonista y regulador de la economía en Bogotá y en Colombia:

- Si bien la central aún conserva cerca de la mitad del volumen de alimentos comercializados en Bogotá, en términos de valor de tales bienes en la canasta de consumo de los bogotanos, tal participación hoy puede estar en las proximidades del 40% es decir, 2/5 partes del total de la ciudad.
- Un dato bastante peculiar es las estadísticas que hoy en día son referente del aumento y la importancia en la compra de alimentos en Bogotá, las familias bogotanas en los bienes comercializados por la central, reducen sus costos, aun así las familias de bajos ingresos asignan una mayor parte a la compra de alimentos, según estimaciones del DANE, señala que los estratos bajos el peso relativo de gastos es de 15.4% en los medios 10.8% y en los altos el 5.7%.
- La congestión y el hacinamiento es tal, que en términos de área cubierta, las personas que están permanentemente en la central es de 70.000 y tiene un disposición de espacio de menos de 2 metros por persona, sin incluir las áreas de almacenamiento, el área de cargue y/o descargue, así como parqueaderos y área de circulación es de 23 Mtrs por vehículo o mercancía.
- Los riesgos de enfermedades de tipo laboral son muy altos, si se tiene en cuenta que una alta proporción de los trabajadores informales de la central mueven diariamente en promedio un total de 8 toneladas de carga por persona.
- Las enfermedades de tipo pulmonar serían menores si la central estuviese ubicada por fuera de la ciudad, el costo anual de la contaminación únicamente por actividad mayorista alcanza los \$4.275 millones.
- La contaminación que genera Corabastos está estimada con base en recientes estudios del Banco Mundial, llegando a alcanzar unos costos anuales de \$10.040 Millones.
- Finalmente se estima en \$174.000 millones los costos de pérdidas de mercancías por concepto de congestión, mal manejo de mercancías, prácticas erróneas en la selección y empaque de los productos entre otros. (Jimenez, 2008, p.32).<sup>23</sup>

Desde el año de 2014 se han venido realizando adecuaciones en la plaza de mercado de Corabastos para mejorar la movilidad y el flujo vehicular dentro y fuera de la plaza de mercado, facilitando que las basuras se recolecten en puntos específicos, como por ejemplo en las zonas periféricas de las diferentes bodegas de la plaza, los cuales sitiados de basuras y malos olores en unos lugares más que otros trasladan la problemática a otras bodegas que nunca habían tenido dichos problemas de recolección de basuras y adicionalmente complicando la movilidad peatonal, debido a que los espacios se han reducido para la circulación de peatones, cargueros, “zorreros o coterros”, y

---

<sup>23</sup> - Jiménez, G. (2008). Informe de la secretaría de desarrollo económico de Bogotá. Bogotá, Colombia.

vendedores ambulantes que hacen que recorrer la plaza de Corabastos sea un proceso realmente extremo

Es así como de manera directa se pueden encontrar prácticas indebidas como lo son la mala manipulación de residuos orgánicos a la hora de controlar, manipular y desechar los alimentos inservibles en la plaza de mercado; la recolección, el uso y el consumo de alimentos provenientes de las canecas de las basuras de Corabastos por parte de personas de distintas edades que van desde niños, hasta adultos mayores; además de la falta de conciencia y control de las basuras, que permiten la dispersión en los andenes y las afueras de las bodegas. De una manera indirecta se puede encontrar la mezcla de basuras con otras sustancias que van desde el barro, el agua, las pisadas de las personas que transitan por allí y los excrementos de los animales callejeros que circulan por la plaza de mercado, sumado a ello los sobrantes como vasos y platos plásticos y de icopor provenientes de las comidas preparadas ofrecidas por parte de los vendedores que tienen sus puestos ambulantes dentro de la plaza de mercado.

Es necesario resaltar en este proyecto la importancia de una correcta manipulación sanitaria, que garantice un entorno y unos productos óptimos para el comercio en la plaza de mercado, buscando comprender los tipos de contaminación que se pueden generar a partir de una errónea manipulación de las basuras:

**Enfermedades provocadas por vectores sanitarios:** existen varios vectores sanitarios de gran importancia epidemiológica cuya aparición y permanencia pueden estar relacionados en forma directa con la ejecución inadecuada de algunas de las etapas en el manejo de los residuos sólidos.

**Contaminación de aguas:** la disposición no apropiada de residuos pueden provocar la contaminación de los recursos superficiales y subterráneos de agua, además de contaminar la población que habita en estos medios.

**Contaminación atmosférica:** el material particulado, el ruido y el olor representan las principales causas de contaminación atmosférica.

**Contaminación de suelos:** los suelos pueden ser alterados en su estructura debido a la acción de los líquidos percolados, dejándolos inutilizados por largos periodos de tiempo.

**Problemas paisajísticos y riesgo:** la acumulación en lugares no aptos de residuos trae consigo un impacto paisajístico negativo, además de tener en algunos casos asociados un importante riesgo ambiental, pudiéndose producir accidentes, tales como explosiones o derrumbes. (Valle, Compostaje de residuos orgánicos, 2002, p.34).<sup>24</sup>

Teniendo en cuenta lo anteriormente citado se puede decir que algunas de las enfermedades más frecuentes son las intoxicaciones por ingesta de dichos alimentos, alergias por la manipulación de los alimentos en descomposición, problemas respiratorios a causa del contacto aéreo con los olores emanados de las basuras al entrar en contacto con diversos factores como lo son la lluvia y el sol, al igual que con otras sustancias de origen natural o sintético; es importante destacar y alertar acerca de estos efectos a los comerciantes de Corabastos, pues son las practicas que más se repiten a diario en la plaza de mercado, y que han conllevado a lo que es en la actualidad los desechos orgánicos, por eso es importante hablar acerca de cada una de estas enfermedades con el objetivo de dar a conocer en informar en qué consiste cada una de ellas y las causas a futuro por la reiteración de la misma:

La intoxicación alimentaria comúnmente se presenta después de consumir alimentos en comidas al aire libre, cafeterías de escuelas, grandes reuniones sociales o restaurantes. Una o más personas pueden resultar enfermas.

Las bacterias pueden introducirse en el alimento de diferentes maneras:

- La carne de res o de aves puede entrar en contacto con las bacterias normales de los intestinos de un animal que se está procesando.
- El agua que se utiliza durante el cultivo o embarque puede contener estiércol o desechos humanos.
- Inapropiada manipulación o preparación de alimentos.

La intoxicación alimentaria con frecuencia ocurre por comer o beber:

- Cualquier alimento preparado por alguien que no use las técnicas apropiadas de lavado de las manos.
- Cualquier alimento preparado usando utensilios de cocina, tablas de cortar y otras herramientas que no estén totalmente limpias.

---

<sup>24</sup> - Universidad del Valle. (2002). Compostaje de residuos orgánicos. Cali, Colombia: Universidad del Valle.

- Productos lácteos o alimentos que contengan mayonesa (como ensalada de col o de papa) que hayan permanecido por fuera del refrigerador por mucho tiempo.
- Alimentos congelados o refrigerados que no se guarden a la temperatura apropiada o que no se recalienten adecuadamente.
- Pescados u ostras crudas.
- Frutas o verduras crudas que no se hayan lavado bien.
- Jugos de verduras o frutas crudas y productos lácteos.
- Carnes o huevos mal cocidos.
- Agua proveniente de un pozo o arroyo, o agua de una ciudad o pueblo que no haya sido tratada.

Los niños y los ancianos tienen el mayor riesgo de intoxicación por alimentos. Asimismo, usted puede estar en mayor riesgo si:

- Padece una afección seria, como enfermedad renal o diabetes.
- Tiene un sistema inmunitario debilitado.
- Viaja fuera de los Estados Unidos a áreas en donde hay más exposición a los organismos que causan dicha intoxicación.

Las mujeres embarazadas y lactantes tienen que ser especialmente cuidadosas para evitar la intoxicación alimentaria. (Coli, 2014).<sup>25</sup>

Potencialmente cualquiera de los tres factores anteriormente enunciados pueden desencadenar en enfermedades más severas, como lo son diferentes tipos de cáncer de estómago, hígado, pulmón entre otros, que se generan a partir de la reiteración y el desgaste de los órganos que se ven afectados al entrar en contacto con dichos elementos presentes en la plaza de mercado, por consiguiente es pertinente entrar a hacer una intervención gráfica que permita un acercamiento funcional y efectivo como una posible solución a las basuras, buscando que el proceso de recolección se haga de una manera más responsable y ordenada a la hora de comerciar en Corabastos.

---

<sup>25</sup> - Coli, E. (2014). Medline plus, Intoxicación alimentaria. Rockville Pike, Estados Unidos: <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/001652.html>.

### 2.3.3 - Marco legal de regulación de las basuras en Corabastos

En el aspecto legal no hay una política interna seria y concreta acerca de las basuras en Corabastos, y tampoco existe a nivel local o nacional, las normas que están directamente vinculadas con las basuras a nivel nacional, se pueden encontrar en la Constitución Política leyes establecidas son bastante flexibles en este aspecto, permitiendo que la problemática sea vista como algo superficial e insignificante, tal como es expresado de la siguiente manera:

#### **ARTÍCULOS DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA.**

**ARTÍCULO 79:** Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano.

La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

**ARTÍCULO 80:** El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

**ARTÍCULO 333:** La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

Es evidente la preocupación de dichas leyes por garantizar el bienestar del individuo, buscando establecer un entorno sano, protegiendo el medio ambiente con sanciones blandas, conllevando recientemente a problemas de contrataciones fraudulentas y posteriores desordenes administrativos y organizacionales en Corabastos que han retrasado y dilapidado los dineros con los cuales se pretendía avanzar en búsqueda de mejores y más eficaces espacios donde recolectar las basuras al interior de la plaza de mercado. Cabe resaltar y recordar que las licitaciones en Corabastos de diferente índole, sean de seguridad, movilidad o de basuras y aseo se otorgan por mínimo un año, con lo cual se llegó en el año de 2009 a otorgar la última licitación por once años y varios millones de pesos, siendo evidente la corrupción denunciada por varios diarios importantes del país, entre los cuales es de destacar dos apartes de diferentes artículos de los periódicos El espectador y La razón publica en el cual se describen algunos aspectos de dicha contratación, que demuestran que no es algo nuevo, sino que por el contrario ya lleva varios años de desfalco financiero en este aspecto:

### **EL ESPECTADOR – LA PELEA POR CORABASTOS**

Se empiezan a ver y a sentir las consecuencias de que la Corte Constitucional haya tumbado la licitación para la recolección, el barrido y la limpieza de las basuras en Bogotá, por considerar que el negocio no tenía en cuenta a los recicladores. Sin proceso licitatorio, el servicio se presta ahora bajo el esquema de la libre competencia. Cualquiera, sin tener que pedir permiso especial, puede entrar a operar en las calles. Los expertos habían advertido que la situación podría terminar generando un caos en la ciudad.

Y el primer escenario del desorden es la central de abastos Corabastos, la segunda plaza de mercado más grande de Latinoamérica (después de la del D.F., en México) que más basura produce a diario: unas 100 toneladas de residuos que la convierten en apetitoso negocio para las empresas de servicios públicos.

Las directivas de Corabastos decidieron en 2007 contratar a una empresa que hiciera el aprovechamiento orgánico de los residuos antes de entregárselos a Ciudad Limpia, para de esa manera reducir la cantidad de basura y, por ende, el precio que pagan por la prestación del servicio (pasaron de cancelar \$480 millones a \$355 millones mensuales). En noviembre pasado hicieron públicas sus intenciones de abrir una convocatoria para buscarle reemplazo a la firma que tiene ese negocio, llamada Unión Temporal Residuos Verdes, por considerar que está incumpliendo el contrato. (Ardila, 2012).<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> - Ardila, L. (2012). El Espectador, La pelea por Corabastos. Bogotá, Colombia:  
<http://www.elespectador.com/noticias/economia/pelea-Corabastos-articulo-321579>.



## **LA RAZÓN PÚBLICA – LA HISTORIA DE CORABASTOS ¿OTRO CARRUSEL DE LA CONTRATACIÓN DE BOGOTÁ?**

Este desgüeño administrativo no solo ha hecho que la gerencia de la entidad se vea ante la imposibilidad material de controlar los fenómenos de ilegalidad, sino que la tiene enredada en complejos procesos de contratación que emiten un fuerte olor a corrupción y que tienen al borde de la quiebra a la principal central de abastos del país.

Algo parecido puede decirse sobre el contrato de basuras y reciclaje. En su momento el gerente de CORABASTOS, José Gonzalo Romero, fue criticado por firmar un contrato por 46 mil millones de pesos para la construcción de una planta de desechos que no existe. Romero había sido postulado y respaldado por el entonces Secretario General del Ministerio de Agricultura, Jaime Rivas. Meses después del nombramiento de Romero, Jaime Rivas renunció a su cargo y creó la empresa adjudicataria del contrato. Esta situación fue denunciada por el El Tiempo el 5 de abril de 2009. Tres años sin noticias. (Avila, 2012).<sup>27</sup>

Confrontando los decretos de la Constitución Política concernientes a la temática de las basuras junto con los fragmentos de los artículos digitales, se puede ver que se está vulnerando el derecho a un lugar de trabajo digno, al igual que se está haciendo un mal aprovechamiento de recursos que atenta contra el medio ambiente y contra la sociedad; lastimosamente esta problemática de gran trasfondo, en años anteriores pasó desapercibida, permitiendo que la delincuencia, la corrupción en la guardia interna de la plaza de mercado, el tráfico de sustancias ilegales, y la generación de lugares que fomentan las riñas y desordenes de tipo social entre otros, proliferen en toda la zona que comprende Corabastos.

### **2.3.4 - Soluciones implementadas anteriormente en Corabastos sobre las basuras**

Las soluciones implementadas por Corabastos frente a la problemática han sido numerosas; sin embargo es innegable que los avances en este tema hasta el día de hoy han sido sorprendentes teniendo en cuenta los retrasos que han surgido de los malos manejos administrativos en Corabastos; estos proyectos están enfocados hacia el aprovechamiento de los desechos, después de la generación de basuras y residuos orgánicos, pero lo cual es en gran medida ineficaz para sacar

---

<sup>27</sup> - Ávila, A. (2012). La república, La historia oculta de Corabastos otro carrusel de la contratación en Bogotá. Bogotá, Colombia: <http://www.razonpublica.com/index.php/regiones-temas-31/2853-la-historia-oculta-de-Corabastos-ii-iotro-carrusel-de-la-contratacion-en-bogota.html>.

provecho de estos, ya que han entrado en contacto con otros materiales y/o sustancias que no permite reutilizarlos en la producción de nuevos elementos o sustancias para vincularlos a la vida útil.



*Figura 12 - Canecas dispuestas cerca de la zona de clasificación para uso de desechos como compost – Fuente: Elaboración propia.*

El primer proyecto a destacar es de reciclaje, el cual ha sido implementado desde hace más de diez años y en los cuales se recolecta ciertos materiales de manera apartada, como lo son, fibras, costales, lonas, guacales, periódico, cajas de cartón, guatas y cabuyas, entre otros, seleccionados y reacomodados para ser usados como empaques para otros alimentos; esto se hace de manera informal, por parte de comerciantes que buscan empacar sus productos en un contenedor resistente y a bajo costo; la organización Corabastos lo hace de una manera en la cual no la reutiliza para el uso interno en la plaza de mercado sino que se vende a plantas de procesamiento en donde se producen papeles, maderas y cartones rearmados que posteriormente se venden como insumos ecológicos o reciclados.

Otro de los proyectos destacables en el control de desechos orgánicos en Corabastos es el compostaje de residuos orgánicos, al cual se le hace la mayor inversión en conjunto con la recolección y clasificación de las basuras en Corabastos, la idea de estos proyectos es expresada de dos maneras distintas de la siguiente forma:

La mayoría de investigaciones sobre residuos orgánicos realizadas tanto en países desarrollados como en Colombia, han concentrado sus esfuerzos en la transformación de estos residuos a biogás y compost. (Díaz & Romas, 2008, p.27).<sup>28</sup>

El compostaje es un método de tratamiento de los residuos sólidos urbanos, agrícolas e industriales, basado en la degradación, bioquímica de la fracción orgánica biodegradable de los mismos, que permite convertirla en una sustancia similar al humus, de características totalmente estables y totalmente inofensivas desde el punto de vista higiénico y sanitario. En realidad, la formación del humus en el suelo ha sufrido el mismo proceso de transformación que el compost pero por mecanismos totalmente naturales. Así pues, la característica más importante del compost viene dada por su contenido en sustancia orgánica humificada, es decir, rica en ácidos húmicos.

La degradación de la materia orgánica se efectúa, generalmente, mediante fermentación aerobia, es decir, en presencia de aire, y bajo la acción de la flora indígena, que incluye bacterias, hongos y actinomicetos, que están ampliamente distribuidos en la naturaleza. (Valle, Compostaje de residuos orgánicos, 2002, p. 15).<sup>29</sup>

El proceso de compostaje y recolección en las basuras es bastante complejo debido a que no todos los materiales pueden llegar a degradarse, debido a que hay que evaluar con que sustancias o químicos entró en contacto antes de llegar al procesamiento del compost y si esto le permite ser o no funcional en el proceso de degradación de la materia. Teniendo en cuenta dichos parámetros que a través de los años se han reglamentado en la implementación de residuos orgánicos se busca devolver los nutrientes suficientes a los cultivos y a los suelos, implementado los desperdicios animales y desechos de alimentos como productos que ayuden a producir cosechas de buena calidad.

De esta manera las materias que son necesarias para obtener el compost se vuelven más difíciles de encontrar y el proceso se vuelve más complejo y costoso para las empresas que se dedican a hacerlo, pues muchas veces hay que purificar los desechos para poder potenciarlos y ser útiles para el compost, al mismo tiempo la implementación de fertilizantes en los cultivos se ha vuelto cada vez más costoso y poco provechoso químicamente para los cultivos.

Hay que hacer precisión en que los residuos orgánicos son susceptibles a una clasificación, que determina el tipo de proceso por el cual se degradara para producir el compost y si es o no apto

---

<sup>28</sup> - Díaz, S. y Romas, P. (2008). Puesta en marcha de dos Biogestores anaeróbicos con residuos orgánicos generados de la plaza central de mercado “Plaza Kennedy”, en Bogotá. Bogotá, Colombia: Universidad Manuela Beltrán.

<sup>29</sup> - Universidad del Valle. (2002). Compostaje de residuos orgánicos. Cali, Colombia: Universidad del Valle.

para el proceso de compostaje, a continuación se clasificaran los residuos dependiendo de sus características y su grado de utilidad:

**Residuos Patógenos:** son aquellos que por sus características y su composición pueden contener algún grado de infección que no es mortal para el ser humano, generalmente son producidos en hospitales, clínicas, laboratorios y universidades.

**Residuos Tóxicos:** son los que dependen del grado de concentración y tiempo de exposición que han estado expuestos a otros elementos, estos pueden causar daño y hasta la muerte a los seres vivos o provocar contaminación ambiental, se pueden encontrar en cualquier lugar pues depende de su composición material y química y modifican la misma al entrar en contacto con otras sustancias.

**Combustibles:** son aquellos que en presencia de oxígeno arden por acción de cualquier fuente de ignición, su mortalidad es potencial dependiendo del grado de proximidad o contacto que se tenga con la misma.

**Inflamables:** son aquellos que pueden arder espontáneamente en condiciones normales, su mortalidad está directamente proporcional al grado de cercanía que se tenga con la misma.

**Explosivos:** son los que generan grandes presiones en su descomposición instantánea, son causales de muerte y de graves lesiones al entrar en contacto con estos.

**Radioactivos:** son los que emiten radiaciones nucleares (electromagnéticas o corpusculares) en niveles superiores a las radiaciones naturales de fondo.

**Volátiles:** son los que por su presión de vapor, a temperatura ambiente, se evaporan o volatilizan.

La plaza de mercado alberga casi la mitad de los elementos residuales mencionados anteriormente, representando un nivel de afectación alto para las personas que frecuentan la Central de Abastos; en la actualidad los residuos son transportados en un vehículo compactador de propiedad de Corabastos a Facatativá a la planta de compostaje de la firma Control Ambiental, empresa con la cual hasta el día de hoy mantienen un convenio para el tratamiento de los residuos orgánicos,

mediante el proceso de compostaje; luego de 90 días obtienen un regenerador de suelos que es vendido principalmente a palmicultores y arroceros.

La Unión Temporal - Residuos Verdes paga 30 mil pesos por tonelada tratada. De esta forma, Corabastos está dejando de llevar al Relleno Sanitario Doña Juana cerca de 26 mil toneladas de residuos orgánicos al año. Actualmente según datos de la alcaldía mayor de Bogotá se encuentran en el adelanto de nuevos proyectos que permitan potenciar la utilización de estos residuos y así dejar de formar parte del problema en la ciudad por la gran cantidad de basuras que se generan a diario; lo que se viene realizando desde unos años atrás en Corabastos es visto de la siguiente manera:

Ahora bien, la Unión Temporal - Residuos Verdes, se encuentra diseñando un bioreactor, a través del cual se van a transformar los residuos orgánicos en abono biológico líquido, mediante un proceso biológico anaerobio y cuya capacidad estimada va a ser de 100 toneladas/día. Los materiales orgánicos van a pasar por tres etapas: 1ª microorgánica o enzimática, 2ª acidogénica y 3ª metanogénica.

De acuerdo con la tecnología a implementar en enero de 2010, cuya prueba piloto se lleva a cabo en la Unión – Valle, se pueden procesar 100 toneladas de material orgánico en 72 horas, aprovechando el total de materiales en cada una de las etapas; así, de 100 toneladas que ingresan al proceso se producirá la misma cantidad de abono líquido; es decir, no hay pérdida, como en el compostaje, en el cual el volumen de material sufre una reducción entre el 70 y 80%. A partir de julio de 2010 esperan aprovechar el biogás en la generación de energía para el abastecimiento interno de CORABASTOS, específicamente para los cuartos fríos. Con esto, van a iniciar el proceso de reconocimiento de la tecnología como proyecto MDL dentro del Protocolo de Kioto sobre cambio climático y así obtener ingresos por Certificados de Reducción de Emisiones – CERTs.

Igualmente se encuentran adelantando contactos en otros países interesados en el montaje y desarrollo de plantas de este tipo (México, Ecuador y Perú). El valor total estimado de la planta es de 7 mil millones de pesos. (Bogotá, Programa para la gestión de los residuos sólidos orgánicos para la ciudad de Bogotá D.C., 2010, p.56).<sup>30</sup>

Es así como en la actualidad los procesos de aprovechamiento de los residuos orgánicos provenientes de Corabastos están en marcha, teniendo un crecimiento destacable en infraestructura y en espacios de procesamiento; sin embargo Corabastos todavía adolece de problemas de basuras

---

<sup>30</sup> - Alcaldía Mayor de Bogotá. (2010). Programa para la Gestión de los Residuos Sólidos Orgánicos para la Ciudad de Bogotá, D.C. Bogotá, Colombia: [http://www.uesp.gov.co/uaesp\\_jo/images/documentos/programaorganicos.pdf](http://www.uesp.gov.co/uaesp_jo/images/documentos/programaorganicos.pdf).

al interior de la plaza de mercado, llegando algunas veces a ser bastante incómodo pasar por ciertas zonas de comercio de la misma, lo cual lleva a pensar en si el plan de acción contra las basuras en Corabastos debe estar dirigido al que hacer después de recolectar y clasificar las basuras o por el contrario redirigir los proyectos al que hacer al momento de generar desperdicios de diferente índole, sea orgánico o inorgánico, orientado a mejorar la calidad de vida y las condiciones laborales de los que frecuentan Corabastos, sensibilizando y promoviendo un correcto uso de las basuras, mejorando así el entorno comercial de Corabastos.

### **2.3.5 - Riesgos asociados a las basuras y a los desechos orgánicos en Corabastos**

Algunas prácticas que conciernen a los factores que atentan contra la salud de las personas se han convertido en una de las principales problemáticas a combatir en los desechos orgánicos generados en la plaza de mercado en Corabastos; es así como se pueden apreciar prácticas indebidas como lo son la mala manipulación de residuos orgánicos a la hora de controlar, manipular y desechar los alimentos inservibles, la recolección, el uso y el consumo de alimentos provenientes de las canecas de las basuras de Corabastos; todo esto solo demuestra la falta de conciencia y control de las basuras dentro de la plaza de mercado, lo cual permite que se dispersen en los andenes y las afueras de las bodegas, en donde se mezclan con otras sustancias que van desde el barro, el agua, las pisadas de las personas que transitan por allí además de entrar en contacto con los excrementos de los animales callejeros y los sobrantes de las comidas preparadas provenientes de los vendedores ambulantes que venden dentro de Corabastos.



*Figura 13 -Recolección de alimentos de los andenes y las canecas de Corabastos – Fuente: Elaboración propia.*

Es importante reiterar la necesidad de una correcta manipulación sanitaria de los alimentos y de las basuras en la Central de Abastos, que garantice un entorno habitable y la comercialización de productos óptimos para el consumo en la plaza de mercado, entendiendo los tipos de contaminación que se puede generar a partir de una errónea manipulación de las basuras en Corabastos los cuales son:

**Enfermedades provocadas por vectores sanitarios:** existen varios vectores sanitarios de gran importancia epidemiológica cuya aparición y permanencia pueden estar relacionados en forma directa con la ejecución inadecuada de algunas de las etapas en el manejo de los residuos sólidos.

**Contaminación de aguas:** la disposición no apropiada de residuos pueden provocar la contaminación de los recursos superficiales y subterráneos de agua, además de contaminar la población que habita en estos medios.

**Contaminación atmosférica:** el material particulado, el ruido y el olor representan las principales causas de contaminación atmosférica.

**Contaminación de suelos:** los suelos pueden ser alterados en su estructura debido a la acción de los líquidos percolados, dejándolos inutilizados por largos periodos de tiempo.

**Problemas paisajísticos y riesgo:** la acumulación en lugares no aptos de residuos trae consigo un impacto paisajístico negativo, además de tener en algunos casos asociados un importante riesgo ambiental, pudiéndose producir accidentes, tales como explosiones o derrumbes. (Valle, Compostaje de residuos orgánicos, 2002, p.34).<sup>31</sup>

De acuerdo a lo anteriormente citado y confrontado con algunos datos recopilados en las repercusiones de las basuras, vinculadas en este documento (p.53), se puede decir que algunas de las enfermedades más frecuentes son las intoxicaciones por ingesta de dichos alimentos, alergias por la manipulación de los alimentos en descomposición, problemas respiratorios a causa del contacto aéreo con los olores emanados de las basuras al entrar en contacto con diversos factores como lo son la lluvia y el sol, al igual que con otras sustancias de origen natural o sintético; es importante destacar y alertar acerca de estos efectos a los comerciantes de Corabastos, pues son las practicas recurrentes en la plaza de mercado, y que han conllevado a lo que es en la actualidad.

---

<sup>31</sup> - Universidad del Valle. (2002). Compostaje de residuos orgánicos. Cali, Colombia: Universidad del Valle.

La idea del proyecto es incursionar en un ámbito en el cual el diseño es desconocido por esta parte de la ciudad aprovechando el impacto que las imágenes pueden llegar a tener en un determinado grupo social teniendo en cuenta que el problema no sólo radica en el momento de recolección o clasificación de las basuras en la plaza de mercado, sino que por el contrario el proceso debe hacerse de una manera más responsable y ordenada a la hora de comerciar y desechar los residuos sólidos en Corabastos.



## Capítulo 3

### Marco de referencia

#### 3.1 - El Diseño gráfico y su efecto en la sociedad

Es innegable la importancia que tiene el Diseño gráfico actualmente en cada uno de los procesos económicos y sociales del mundo entero, sin embargo se podría decir que las problemáticas sociales no tienen el grado de importancia que deberían desde el ámbito de desarrollo y procesos laborales que buscan el mejoramiento de la sociedad; por otro lado, profesionales como Ken Galard y Raquel Pelta (2012)<sup>32</sup>, han dicho concluyentemente que el Diseño gráfico como disciplina es el elemento vinculador de la sociedad, perdiendo a través de los años, la facilidad de trasgredir y romper paradigmas sociales, llegando a limitar las soluciones comunicativas a las problemáticas apremiantes que en algún momento de la historia afectaron a la sociedad, negando los derechos fundamentales individuales y colectivos de los miembros que la conforman. Hoy en día no se trata solamente de los derechos fundamentales del hombre, son problemáticas que afectan y modifican los entornos sociales en los cuales todos se encuentran inmersos como miembros de la misma, independientemente del estrato social, el idioma o la creencia que cada ser tenga; actualmente el diseño está jugando cada día más, un papel fundamental en el desarrollo de nuevas creencias, nuevas tendencias de ver y entender la sociedad, a través de extranjerismos y tendencias de consumo que han modificado la labor del diseñador; varios artículos han hablado puntualmente de este fenómeno, en el cual hay múltiples explicaciones que intentan hacer un llamado a los Diseñadores gráficos a formar una parte más activa y participativa en la sociedad:

Hasta cierto punto estamos ayudando a elaborar un código enormemente dañino para el discurso público. (Refiriéndose a la saturación de mensajes comerciales y publicitarios o marketing).

“Una crisis ambiental, social y cultural sin precedentes demanda nuestra atención.”

El diseñador convencional se preocupa primero por las incumbencias tradicionales del diseño, sean comunicacionales o funcionales, y entiende la profesión como un proceso comercial desaprensivo

---

<sup>32</sup> - Galard, K. y Pelta, R. (2012). Revista Monográfica, Manifiesto first things first. Londres, Reino Unido: 2000<http://monografica.org/01/Articulo/3152>

de las prioridades sociales o los procesos sustentables. Prioriza el cumplimiento de tiempos de realización y la acumulación. (Galard & Pelta, 2012).<sup>33</sup>

Es así como varios diseñadores gráficos manifiestan su preocupación por el que hacer en el oficio, pues es evidente que el diseño y el diseñador hoy en día están prestos a las necesidades comerciales que el mercado laboral exige, sacrificando aspectos esenciales del diseño que hacen los proyectos poco eficientes y perdurables; aspectos importantes como lo son la creatividad, la imaginación, el concepto y el argumento gráfico son sacrificados en este proceso junto con la experimentación de nuevas formas y medios de comunicar en la sociedad. El oficio del diseño debe ir más allá del hacer sólo por cumplir un objetivo específico con determinado cliente ya que con esto se está sacrificando la narrativa gráfica, evaluando los valores y las tendencias ideológicas que se imponen al observador determinan un carácter vacío, sin profundidad que invite a la reflexión y genere pregnancia en el observador. Ahora bien con todo ello solo se encuentra una sociedad constantemente alejada de la realidad y del entorno que le rodea, relegando la identidad de su cultura. Como se puede ver en los anteriores apartes de este documento esta situación es lo que está sucediendo con las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá y con Corabastos específicamente.

### **3.2 - El diseño socialmente responsable**

Es evidente que el factor económico hace ver a los diseñadores como herramientas al servicio del mejor postor, a veces indiferentes a su ética y su responsabilidad social. Por otra parte en la academia muchas veces se orienta al estudiante por la parte comercial, de marketing y publicitaria, encaminado a vender un producto, un servicio o una idea, sin evaluar en menor oportunidad el impacto social que este debe tener:

El comunicador gráfico de hoy no se preocupa por los problemas a los que se enfrenta la sociedad a la que pertenece. Dicho de otra forma, a los diseñadores en formación se les enseña a vender productos sin tener en cuenta las necesidades sociales del público.

---

<sup>33</sup> - Galard, K. y Pelta, R. (2012). Revista Monográfica, Manifesto first things first. Londres, Reino Unido: 2000<http://monografica.org/01/Artículo/3152>.

Es por ello, que mediante el estudio, la convencionalización y la fusión de la comunicación gráfica y el arte activista, se pueden ofrecer imágenes para la reflexión en pro de una causa social. (Cepeda & Santos, 2012).<sup>34</sup>

Algunos escritores como lo son Quiñones y Barrera (2009)<sup>35</sup> plantean una solución alternativa a este fenómeno, en donde se vincula el diseño activista, entendido para este proyecto como la vinculación de conceptos como la responsabilidad social y la gráfica reivindicativa, términos que de cierta manera se han incorporado recientemente a la disciplina del diseño gráfico a nivel mundial, surgidas a partir de la preocupación de las problemáticas sociales que afectan a las diversas comunidades encaminadas a resolver la preocupación por el deterioro ambiental y climático por el cual está pasando el planeta.

Asimismo la gráfica activista, y el diseño reivindicativo o el diseño social, buscan mediar y proponer una posible solución de una manera integral y cercana con las personas que se ven inmersas en las diferentes problemáticas que afectan el entorno en el cual cada individuo se desarrolla. Para poder entender la importancia de la gráfica social en el proyecto, hay que entenderlo de la siguiente manera:

Álvaro Dávila Ladrón de Guevara (1996,15) define la responsabilidad social “como la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones, y decisiones que tomamos para lograr los objetivos y metas propias de nuestras organizaciones. (Barrera & Quiñones, 2009, p.24).<sup>36</sup>

Las diferencias entre los términos anteriormente expuestos como lo son reivindicación, activismo y/o responsabilidad social, distan de algunas precisiones conceptuales que al final de cuentas convergen en un mismo punto, por ejemplo el activismo pretende hacer relación a formar y tomar parte activa de una problemática que afecte a una comunidad, la mayoría de veces tiende a tener posturas políticas o que van en contra de las mismas; la gráfica reivindicativa busca generar una protesta en contra de alguna injusticia social, caracterizada por el compromiso social que esta tiene;

---

<sup>34</sup> - Cepeda, M. y Santos, E. (2012). Diseño gráfico y arte activista. Saltillo, México: Monografica.org.2012.  
<http://www.monografica.org/02/Artículo/3283>.

<sup>35</sup> - Barrera, G. y Quiñones, A. (2009) Diseño socialmente responsable: ideología y participación. Bogotá, Colombia: Pontificia universidad javeriana.

<sup>36</sup> - Barrera, G. y Quiñones, A. (2009) Diseño socialmente responsable: ideología y participación. Bogotá, Colombia: Pontificia universidad javeriana.

en cuanto a la responsabilidad social, esta pretende garantizar y prevenir determinados aspectos negativos que se dan en los procesos industriales y económicos que afectan el entorno y la sociedad.

Por consiguiente se infiere que la responsabilidad social contempla la incidencia de la toma de decisiones de una o varias personas que forman parte de una organización sobre los diferentes ámbitos sociales de una cierta manera, contribuyendo al desarrollo de un estilo de vida, digno y comprometido con el ser humano y el medio ambiente. Los progresos en este núcleo de estudio han sido diversos y de grandes alcances, en los cuales a través de los años se han conseguido avances significativos desde los años setenta en donde varios autores entre ellos Gert Selle en su libro “Ideología y Utopía del Diseño (1973)”<sup>37</sup> define la “función social del diseño”, como algo vinculante e interdisciplinario, que se preocupa por llenar los vacíos existentes en la sociedad concernientes a las necesidades de los individuos que la conforman; esto es algo interesante de encontrar, debido a la época en donde se desarrolla dicho aporte intelectual, el consumismo estaba en su máxima expresión, ya que se pueden apreciar posturas críticas fuertes frente al afán del diseño como disciplina en general por continuar y cumplir con su qué hacer, es así que se citarán tres apartes del libro “Diseño socialmente responsable” que describen dicha época mencionada anteriormente:

En ese momento los diseñadores consideraban que si el diseño cumplía con las leyes de la buena forma cumplía ya con su función social.

El usuario busca la satisfacción de necesidades individuales, mientras el productor busca que el diseño se venda; por lo tanto, la producción es irreflexiva, pues no se piensa en el interés general, como “verdad” social en general.

El interés del diseño se centró en los objetivos del mercado y no en los problemas del individuo y los problemas del medio (Barrera & Quiñones, 2009, p.52).<sup>38</sup>

La preocupación en ese momento surgió por la actitud pasiva y poco reflexiva de los diseñadores de la época, pues tanto los profesionales como las empresas u organizaciones se desentendieron del tema buscando nada más que el lucro sin importar los daños ambientales sociales, éticos y funcionales del entorno rural y urbano. Por parte del diseñador se carecía de análisis, investigación

---

<sup>37</sup> - Selle, G. (1973). Ideología y utopía del diseño. Barcelona, España: Colección comunicación visual.

<sup>38</sup> - Barrera, G. y Quiñones, A. (2009) Diseño socialmente responsable: ideología y participación. Bogotá, Colombia: Pontificia universidad javeriana.

y teorías que sustentara el oficio del diseño en general, por consiguiente el avance en esta década fue replantear las formas de concebir un diseño, se invitó a la disciplina misma a acercarse más a las ciencias y a la investigación en aras de buscar diseños funcionales y cercanos al contexto en el cual se iban a desarrollar, hacerlos más familiares, mas provechosos culturalmente para la sociedad, y en la parte normativa se comenzaron a proponer una serie de reglas que velaran por el bienestar de la sociedad, posteriormente se irían vinculando temas, ambientales, sociales y económicos para garantizar a la sociedad, igualdad y equidad entre los individuos que la conformen.

Para los años ochenta Gui Bonsiepe plantea en su postura un punto de referencia denominado centro, como el lugar en donde se puede comercializar y reunir gente entorno a un lugar significativo para un determinado grupo; y la periferia que es la que provee todos los insumos y materias primas al centro, lo llamativo de esta dinámica es la forma en la cual se desarrollan los roles a tomar por cada elemento que conforma dicha teoría, pues se plantean varios elementos que invitan a la periferia a independizarse del centro y ser autónomo sin tener que seguir las reglas, modas, convenciones sociales y demás del otro; este es uno de los puntos clave en los cuales se pretende ubicar el tema y el contexto a trabajar en este proyecto, pues según los planteamientos preliminares se puede decir que la cultura y la sociedad en la cual se encuentra Colombia actualmente, ubica al país en la periferia, trabajando para el centro o países desarrollados como se categorizan hoy en día; conllevando a simular o imitar las costumbres o creencias de otros países, para poder tener un estatus aceptable frente a dichas potencias. En paralelo las plazas de mercado han logrado independizarse del centro, manteniendo su esencia cultural y tradicional dentro de la ciudad, sin afectar su función periférica, la cual es inamovible y casi intocable.

Para las décadas siguientes las críticas hacia el diseño iban encaminadas a la búsqueda de una verdadera cercanía con las problemáticas y la sociedad sobre las cuales se dirigen los proyectos, se esperaba un verdadero avance en el que hacer del diseño, en donde la reflexión, la proyección, la innovación y demás estuvieran a favor del diseño, lo cual no sucedió y se tuvo que recurrir a la etimología de la palabra y del oficio para volver a los caminos de la comunicación. Con el surgimiento de nuevas tecnologías y nuevas preocupaciones, se encontraron nuevos oficios para el diseño, como la sensibilización hacia la tecnología, el rescatar valores olvidados de antaño, garantizar la verdad en el proceso de comunicación y solucionar problemas de culturales y educativos que de cierta manera dadas las circunstancias y la actualidad de la sociedad han sido consecuencia del diseño consumista enfocado en el producto y no el individuo, ese estado del arte que olvidó en el camino su función, su misión y su deber con la sociedad y con la humanidad. En la actualidad muchas de estas críticas e invitaciones al campo del diseño, hacen un llamado a corregir y tomar acciones que permitan proponer soluciones orientadas a la investigación, a la crítica, a la reflexión y participación del diseño de una manera responsable, ética y estética, que permita generar contenidos intelectuales pertinentes para desarrollar un campo experimental

estilístico y conceptual que proteja la identidad, la cultura y la tradición del contexto colombiano generando un estilo gráfico propio.

### **3.3 - La función del diseño gráfico**

Articulando la teoría y la práctica referenciadas anteriormente, se pueden encontrar varias falencias en el desarrollo responsable de las empresas frente a la sociedad y el medio ambiente; como se pudo evidenciar en el punto anterior (p.66) existen normas, pautas y leyes que se han establecido para convertirse en una simple formalidad ante el estado, permitiendo que las empresas u organizaciones realicen actividades nocivas para el individuo y el entorno que habita, utilizando la responsabilidad social y el trabajo con la comunidad, como un lema de campaña efectivo para llegar a la sensibilidad del consumidor. Como estas, existen otra clase de factores que han conllevado al deterioro en el cual hoy en día se encuentra el planeta tierra; pero visto desde el que hacer del diseñador gráfico y el grado de importancia y participación que han tenido en el detrimento de la responsabilidad social como disciplina complementaria del diseño es innegable la falta de participación activa del diseñador como miembro de una sociedad; su parte comprometida y colectiva con la sociedad se distorsiona en las practicas consumistas y lucrativas que exigen un “buen desempeño” en el ámbito laboral.

Lo anteriormente expuesto en este documento no solo es un llamado a participar más activamente de los problemas que aquejan a la sociedad, teniendo en cuenta que estos llamados de atención urgentes a los diseñadores gráficos ya se habían realizaron hace más de 30 años, en donde se buscaba fomentar la construcción de una estructura de investigación y reflexiones profundas que permitieran realizar aportes discursivos y literarios importantes en el área de diseño, buscando el reconocimiento y la apropiación de la profesión por parte de la sociedad; sino la comprensión de la sociedad actual de la esencia del Diseño gráfico ya que actualmente, por ejemplo en el ámbito local, el Diseño gráfico es desentendido por la comunidad y subvalorado como profesión; es en general desconocido en muchos entornos sociales.

Es poco conocido por la sociedad lo que está haciendo el Diseñador gráfico en la actualidad, su importancia en el desarrollo económico de la ciudad y como incide en ella. En la parte ambiental de manera desenfrenada se contribuye al deterioro del individuo y del entorno por la falta de conciencia y sentido de pertenencia por las tradiciones y la cultura, todos y cada uno de estos problemas, se pueden replantear desde su fuente de origen, es decir desde la formación académica; tratando de que el estudiante apropie el aprendizaje de una manera práctica y coherente con el mundo que lo rodea, pues no son suficientes los conceptos, datos y contenidos si no existen

determinados modelos y canales de comunicación que permitan solucionar problemas de una manera ética, funcional y puntual que se preocupen por las verdaderas necesidades del individuo y de la sociedad; de la misma manera el problema de la academia pasa por identificar en el proceso de formación de los diseñadores la manera ética para formar los diseñadores de hoy, que se han convertido en un elemento más frente a un ordenador, de la siguiente manera:

El diseñador convencional se preocupa primero por las incumbencias tradicionales del diseño, sean comunicacionales o funcionales, y entiende la profesión como un proceso comercial desaprensivo de las prioridades sociales o los procesos sustentables. Prioriza el cumplimiento de tiempos de realización y la acumulación. (social, 2014).<sup>39</sup>

### **3.3.1 – La academia frente a las problemáticas sociales**

Las acciones de gran parte de los diseñadores en las últimas décadas han conllevado a la disciplina a la carencia de aprendizaje teórico, ético y estético, que quedaron en proceso de desarrollo estructural y maduración en los años setenta, obteniendo como resultado que la profesión del diseño se convierta en una forma de sobrevivir y subsistir precaria para cualquier profesional de la disciplina y en donde la creatividad, la exploración y el concepto, se ven suprimidos por lo que el cliente, el empresario o la organización crean personalmente y quienes privilegian la venta sin importar de qué manera o como se tenga que llegar al “cliente”; creando una corriente de actitudes y valores muy peligrosa para la sociedad, dándole importancia a las apariencias, al dinero, al lujo y el confort por encima del valor humano; todo esto se ha convertido en una bola de nieve en donde cada vez más los profesionales se ven envueltos en esta corriente de ideales desechables, repercutiendo en el oficio del diseñador pasando a ser una compra más en el mercado.

Una necesidad apremiante es vincular a las demás disciplinas profesionales con el Diseño, buscando un acercamiento y una construcción más profesional, funcional y social, en búsqueda de una buena comunicación, proponiendo un cambio de actitud frente a las problemáticas que circundan a la sociedad y de las cuales no son ajenas ninguna persona, la disciplina del Diseño necesita más aporte del diseñador, una parte más activa, participativa, reflexiva frente al mundo que lo rodea.

---

<sup>39</sup> - Red de diseñadores con convención social. (2014). Como iniciarse en el diseño con conciencia social. Buenos Aires, Argentina: <http://foroalfa.org/articulos/como-iniciarse-en-el-diseno-con-conciencia-social>.

Ya se ha vislumbrado algunos de los errores y aciertos del Diseño en la sociedad, se conoce bien la incidencia que ha tenido hasta el día de hoy en la sociedad con el surgimiento de las redes sociales y la conectividad inmediata, que han influenciado la forma de actuar en la sociedad, llegando hasta el punto de poner al producto por encima del ser humano, utilizando la persuasión, la sensación de necesidad y la obsolescencia programada para lograr que las personas deseen adquirir artículos que representan un ideal o un modo de vida superior, al punto de querer ser y parecer algo o alguien más.

### **3.3.2 – El desarrollo del diseñador gráfico frente a las problemáticas sociales**

Este proyecto se apoya en los conceptos del Diseño gráfico socialmente responsable establecidos en la actualidad, dadas las circunstancias anteriormente expuestas, es innegable la importancia que ha tenido el Diseño en el desarrollo de la sociedad, caracterizado por un trabajo casi que anónimo, desconocido y de cierta manera oculto, ha contribuido a las dinámicas comerciales y sociales en las cuales está inmersa la profesión del Diseño gráfico hoy en día, relegando el profesionalismo y los procesos conceptuales constructivos requeridos, para afrontar problemáticas comunicativas que se presentan en el diario vivir; uno de los artículos fundamentales de este proyecto, lo plantean Magdalena Cepeda y Eduardo Santos (2012)<sup>40</sup> en donde se puede entrever la importancia y relevancia que tiene el diseño frente a la sociedad:

El diseño gráfico es un medio ideal para denunciar los problemas sociales, sin embargo, en muchas ocasiones no toma en consideración las maneras de entender el significado del objeto diseñado por parte de las personas a las cuales se dirige. (Cepeda & Santos, 2012).<sup>41</sup>

Confrontando lo anteriormente enunciado en este proyecto concerniente a la responsabilidad social, el Diseño gráfico, las plazas de mercado y las basuras y sus efectos en un contexto, se puede decir que están los ingredientes necesarios para poder poner en práctica el Diseño socialmente responsable en búsqueda de una posible solución al tratamiento de las basuras y/o desechos orgánicos en las plazas de Corabastos, la intención es buscar un beneficio ambivalente en estos dos aspectos, por un lado el Diseño gráfico es el medio óptimo para encontrar y exaltar valores culturales frente a los extranjerismos y tendencias globales, dándose a conocer como una profesión seria, comprometida y vital para el funcionamiento en una sociedad; y el otro enfoque estaría dado

---

<sup>40</sup> - Cepeda, M. y Santos, E. (2012). Diseño gráfico y arte activista. Saltillo, México: <http://www.monografica.org/02/Articulo/3283>.

<sup>41</sup> - Cepeda, M. y Santos, E. (2012). Diseño gráfico y arte activista. Saltillo, México: <http://www.monografica.org/02/Articulo/3283>.



en ámbitos como los rurales y/o populares donde la profesión del diseño gráfico es desconocida por la gran mayoría de las personas y las que medianamente la conocen la asocian con la publicidad o el dibujar “bonito”, el ideal para el profesional del Diseño gráfico es reconfigurar estos apelativos concernientes y este puede llegar a ser un primer paso para romper dichos paradigmas, dando a conocer a las personas que trabajan en Corabastos los aspectos vinculantes e identificarlos en la profesión del Diseño gráfico mediante estrategias útiles y aplicables a sus lugares de trabajo.

### **3.3.4 - La comunicación persuasiva**

La comunicación persuasiva tienen como fundamento la aplicación sobre la sociedad de estrategias para generar cambios en los patrones de consumo, a través del impacto que se pueda generar visualmente en un determinado proyecto, planteando un método de investigación adecuado para el mismo, es por eso que como definición en este aspecto es necesario citar un aparte del libro “publicidad de bien social” de Guillermo Caro (Caro, 1997)<sup>42</sup>, en donde hace una descripción puntual de lo que es la publicidad persuasiva orientada al bien social:

Tomemos una definición de publicidad de Pedro Billorou en su libro “Introducción a la publicidad”: comunicación múltiple con fines comerciales que utiliza medios de difusión y los paga y actúa sobre la actitud de las personas.

La publicidad de bien social o bien público no persigue fines de lucro sino un cambio de actitud (si encontramos una comunicación donde recaudan fondos queda igualmente claro que no es con fines de lucro). No persigue la compra o el requerimiento de un servicio, sino simplemente la adopción de una actitud para lograr una mejor calidad de vida. Podemos definir entonces:

Publicidad de bien social: propagación de mensajes cuyo fin último es lograr una mejor calidad de vida, utilizando técnicas publicitarias y medios de difusión, creando conciencia y modificando conductas a través de la formación, cambio o refuerzo de una actitud la sociedad. (Caro, 1997, p.11).<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> - Caro, G. (1997). La Publicidad de Bien Social. Bogotá, Colombia: Asociación latinoamericana de comunicación grupal/Bogotá.

<sup>43</sup> - Caro, G. (1997). La Publicidad de Bien Social. Bogotá, Colombia: Asociación latinoamericana de comunicación grupal/Bogotá.

La publicidad de bien social y/o la comunicación persuasiva, tienen elementos comunes que deben ser considerados en cualquier tipo de comunicación gráfica, debido a que el grado de afectación depende de la intención y los objetivos que el proyecto requiera. Los aspectos esenciales a evaluar tienen que ver con el tipo de mensaje a emitir, la forma en que se va a emitir y a quien se va a transmitir dicho mensaje, teniendo en cuenta que el impacto debe de ser alto en cualquiera de sus formas, tanto la publicidad de bien social, como la publicidad persuasiva “tradicional” buscan mediante una acción, generar una reacción frente a una situación determinada. Es importante entrever que para la vinculación de este proyecto no es necesario hacer un recuento histórico debido a que se busca es vincular los elementos procedimentales con los cuales se conciben o se trabajan las imágenes implementadas en la publicidad de este tipo y que de aquí en adelante se empezará a articular en la redacción de este proyecto concerniente a la plaza de mercado de Corabastos y su problemática con los desechos orgánicos provenientes de las basuras.

Hay precisiones puntuales que se deben tener en cuenta a la hora de implementar la publicidad de bien social en un proyecto, en el cual se pretenda afectar la conducta o el modo de afrontar las problemáticas que afectan en la sociedad, hay que buscar el mensaje base, fundamentado en la profesionalización y la investigación del problema a trabajar en el proyecto; debido a que se trata de personas y no de productos, el riesgo debe de ser mínimo, actuando con responsabilidad. La información y la investigación tienen un protagonismo fundamental en cualquier proyecto grafico a realizar, lo ideal es obtener información suficiente para poder plantear una estrategia de comunicación, correcta en búsqueda de la estructuración del mensaje, es por eso que hay que tener en cuenta que:

Todo es información y tenemos dos Fuentes de donde obtenerla: la informal y la formal. Ambas son importantes y se deben tener en cuenta. La primera es la información cotidiana, la que maneja la sociedad en su conjunto. La segunda se obtiene dentro de un rigor cualitativo y cuantitativo aportando con exactitud el contenido de la información. No es lo mismo lo que la gente piensa que lo que nosotros pensamos que piensan.

La investigación nos ayuda a conocer:

- La verdadera dimensión del problema
- A formularlo correctamente
- La gravedad de la situación y las posibles consecuencias si no se toma una acción inmediata
- A conocer la percepción y el conocimiento de las personas sobre el tema
- Su predisposición a participar o a ser indiferente

- Los problemas nuevos y desconocidos. (Caro, 1997, p.22).<sup>44</sup>

De esta manera la campaña está referida solamente a la comunicación y abarca un periodo breve de tiempo con suficiente intensidad, o por el contrario a veces desaparece bruscamente. Abarca toda acción que deriva de una estrategia implementada a través de distintos medios de difusión, para lograr los objetivos de comunicación.

El programa, en cambio, es un plan de acción que abarca desde la investigación del problema a solucionar, la campaña de comunicación y la de acción posterior para lograr los objetivos, es decir, la continuidad sistemática. La campaña está dentro de un programa, forma parte de él. De ninguna manera la campaña es la solución al problema que se está enfrentado; tiene que implementarse con base en un programa de acciones.

Hay que pensar en el modo en el cual se pretende llegar al público objetivo sobre el cual se pretende trabajar, definiendo el tipo de comunicación y su forma de actuar, con lo cual se definen en el proyecto el tiempo y la forma de entrar en contacto con el grupo social, propuesto de la siguiente manera:

De acuerdo con el problema a resolver se definirá cual prima en el receptor y esto ayudará a definir correctamente el objetivo.

La acción y la concientización se combinan de la siguiente manera:

- Comunicación de penetración rápida: es la difusión de un mensaje de asimilación inmediata (independiente de una ejecución rápida). Debido al interés o necesidad del receptor.
- Comunicación de penetración gradual: es la difusión de un mensaje de manera progresiva, debido al interés del receptor o a la complejidad del problema a resolver.

---

<sup>44</sup> - Caro, G. (1997). La Publicidad de Bien Social. Bogotá, Colombia: Asociación latinoamericana de comunicación grupal/Bogotá.

- Comunicación por contagio: es la difusión de un mensaje de manera progresiva, debido a la complejidad del tema o a la falta de recursos. Un ejemplo de este es llegar al receptor a través de la prensa y difusión de material cultural.

El objetivo de la comunicación es estimular la adopción de una idea, de una práctica o de ambas. La adhesión puede incluir una propuesta de bien social tangible o intangible. La clave es, ¿Qué proceso de conducta por parte del receptor es posible que se vea afectado? (Caro, 1997, p.28).

Una vez definido el tipo de comunicación es necesario definir la forma en la cual se puede persuadir en los cambios de actitud y como se puede apelar a la parte racional (componente cognoscitivo), emocional (componente afectivo) y funcional, a través de determinados elementos que los rodean. Se puede utilizar uno o más de los anteriormente expuestos a la vez pero siempre debe prevalecer uno sobre los demás:

- El mensaje racional: trata de persuadir al receptor de que la actitud propuesta es razonable y lógica. Por ejemplo una comunicación contra el consumo de drogas donde el mensaje apele a los gestos que ocasiona a una persona consumirlas, en un periodo determinado de tiempo.
- El mensaje funcional: apela a la explicación directa o empleo práctico. Por ejemplo, una comunicación donde se describa la facilidad del trámite para donar órganos.
- El mensaje emotivo: intenta persuadir al receptor mediante el uso de determinados recursos emocionales desde el punto de vista de la imagen como del plantearse a sí mismo. Por ejemplo, una comunicación donde un niño pobre, mientras llora, pide ayuda. (Caro, 1997).<sup>45</sup>

Por otra parte la elección del medio por el cual se pretende transmitir el mensaje debe reflejar la personalidad del mensaje y proponer una identidad que genere familiaridad con el receptor; siendo indispensable saber el nivel de atracción, persuasión, información e impacto que se puede conseguir con dicha elección del medio. Lo más difícil en algunos casos es concebir el mensaje de una manera efectiva.

Como conclusión la publicidad encaminada al bienestar social, está orientada a la construcción de imágenes resolutivas que buscan una posible solución en una determinada problemática que afecta a una comunidad basándose en la obtención de cambios positivos en el individuo y en la comunidad

---

<sup>45</sup> - Caro, G. (1997). La Publicidad de Bien Social. Bogotá, Colombia: Asociación latinoamericana de comunicación grupal/Bogotá.

apreciables en los cambios radicales de actitud, de pensamiento y de acción frente a conductas poco provechosas en la sociedad, todo esto anteriormente dicho se genera a partir de un estímulo de alto impacto y recordación que estas generen a través de su estructuración conceptual y técnica en la o las piezas o productos a implementar; basados en los datos recopilados en la investigación que se desarrollara posteriormente en este proyecto, en este caso es la fuente fundamental y materia prima para proponer una solución gráfica funcional de vital importancia teniendo en cuenta que el bienestar de una comunidad está en juego ya que está viéndose directamente afectado por problemáticas como el manejo de basuras y desechos orgánicos en Corabastos.

## **Capítulo 4**

### **Marco Metodológico: Descubrir**

Para desarrollar este proyecto se tuvo en cuenta las etapas de la metodología proyectual del diseño expuesta en el Cuaderno No 3 de proyectos de aula de la Fundación Universitaria Los Libertadores, la cual permite confrontar las problemáticas a abordar de una manera más racional y profunda en búsqueda de implementaciones conceptuales y técnicas propias a la necesidad. La metodología proyectual está conformada por 4 etapas que son, descubrir, definir, desarrollar y devolver, de acuerdo a la estructura del Double Diamond planteada por el British Design Council.

En un primer momento se pretende descubrir las herramientas investigativas adecuadas, para identificar las necesidades de los usuarios, frente a la problemática de las basuras en Corabastos, planteando una propuesta tentativamente efectiva que se estructurará a partir de los pensamientos y elementos o acciones implementadas entorno al objeto de estudio anteriormente mencionado.

Una vez definidos los elementos investigativos a implementar y los resultados que estos arrojen, se definirán las posibles oportunidades potencialmente provechosas para el proyecto, buscando definir propuestas sólidas sobre las cuales se pueda accionar el proyecto y así mismo prototipar y/o desarrollar productos, resultantes de la investigación, es así como a través de la metodología proyectual se busca la exploración diferentes modelos de apropiación de la información de una manera consiente y responsable con la sociedad encaminada a fomentar la creatividad y la innovación en búsqueda de un bien común. Una vez expuesto lo anteriormente mencionado se procede en este capítulo a desglosar de una manera puntual en cuatro fases, los elementos investigativos a descubrir e implementar para la recopilación de datos y posteriormente estos ser confrontados con los aspectos teóricos del proyecto.

#### **4.1 – Fase 1 - Análisis de referentes conceptuales**

Es indispensable tener en cuenta que la observación no participante es indispensable para este proyecto, teniendo el Diseño Social como elemento vinculante entre elementos que reconfiguran la comunicación persuasiva y la posterior implementación de un sistema de investigación acorde a estas temáticas pertinentes para el proyecto, teniendo en cuenta las múltiples opciones que a través de la investigación y la experimentación se obtienen en un entorno inexplorado por el Diseño gráfico.

Por eso es vital buscar y analizar someramente ejemplos en los cuales se identifiquen las temáticas anteriormente expuestas, buscando destacar rasgos que faciliten la propuesta e implementación de productos para el proyecto enfocados en aspectos resolutivos hacia la problemática de las basuras y los desechos orgánicos en la plaza de mercado de Corabastos. Es así como a continuación se pueden encontrar dichas referencias gráficas, seleccionadas e incluidas en este documento gracias a su cercanía con la problemática de las basuras, independientemente de su naturaleza o contexto social en el cual se desarrollen, es decir que sea a nivel global, regional y local, lo importante es analizar la percepción, la forma en la cual el diseño está orientado a solucionar una problemática social.

### Referente N° 1

**Nombre de la Campaña:** La basura tiene rostro

**País:** China – Hong Kong

**Año:** 2015

**Agencia:** Ogilvy



*Figura 14 - Campaña de Honk Kong, la basura tiene rostro – Agencia Ogilvy – 2015  
Fuente: [www.creatividadpublicitaria.net](http://www.creatividadpublicitaria.net).*

La primera referencia es una campaña que propone como tema principal la falta de cultura sobre el qué hacer con los desechos generados por una ciudad, se aborda desde la publicidad persuasiva y busca identificar e intervenir el entorno afectado por las basuras, utilizando una comunicación de penetración rápida que busca incidir de manera puntual en los receptores, haciendo uso de un mensaje emotivo que busca generar un cambio de actitud acerca de los malos hábitos frente a los residuos sólidos que producen los habitantes de dicha ciudad, en Hong Kong realizaron una activación memorable con la cual más de uno pensaría en tirar un papel de basura a la calle.

La idea fue simple de contar, más no de ejecutar. Lo que hicieron fue tomar el ADN de colillas de cigarro, condones, latas de refresco, entre otras cosas. Con esta información genética dieron con el rostro del autor de ese crimen, y posteriormente lo colocando en los paraderos de los buses de dicha ciudad, buscando generar, además de un gran impacto visual, avergonzar a las personas que botan basuras en las calles.

## Referente N° 2

**Nombre de la Campaña:** No manejes cuando tomes

**País:** Bangkok – Tailandia

**Año:** 2013

**Agencia:** Leo Burnett



*Figura 15 - Campaña en Tailandia en contra de manejar con licor – Agencia Leo Burnett – 2013*

*Fuente: [www.creatividadpublicitaria.net](http://www.creatividadpublicitaria.net)*

Otra campaña de penetración rápida es la que a continuación se vinculará en este proyecto como referente, fue realizada por la agencia Leo Burnett en Tailandia, utilizando un mensaje racional buscaron una solución conceptual para que los conductores no manejaran en estado de ebriedad. La imagen con un alto nivel de impacto, muestra lo fatal que puede ser la mezcla de alcohol con el volante. En esta se puede apreciar otra de las formas de alcanzar niveles de impacto altos, pasando por el minimalismo cromático, y gráfico, con gran riqueza conceptual, buscando un contenido explícito y puntual, evocando lo peligroso y autodestructivo que puede llegar a ser manejar en estado de alcohoreamiento, aclarando que es también una problemática social que afecta la seguridad vial de las personas de la ciudad.



### Referente N° 3

**Nombre de la Campaña:** La naturaleza no es reciclable

**País:** Bucarest – Rumania

**Año:** 2009

**Agencia:** Ogilvy



*Figura 16 - Campaña en Rumania “La naturaleza no es reciclable” – Agencia Ogilvy – 2009 Fuente: [www.estrategica.com.co](http://www.estrategica.com.co)*

En Rumania una serie de afiches colocados en la ciudad despertaron gran interés por su contenido comunicativo, planteó una penetración gradual en el público que por su alto nivel de detalle respondió con agrado a dicha campaña, haciendo uso de un mensaje racional, la respuesta fue positiva para su momento debido a que estilísticamente permitió presentar la problemática de una manera atractiva e inusual para los receptores de la campaña; esta campaña ayuda a vislumbrar algunas referencias gráficas, técnicas y conceptuales, construidas en torno a las basuras y descontextualizando lo inorgánico para transformarlo en un ser viviente, generando órdenes de lectura experimentales distintos sobre los desechos y cómo estos pueden o no afectar la naturaleza que lo rodea; este es un gran ejemplo de publicidad persuasiva de alto impacto, por su simulación de cercanía con la realidad que sin hacer uso de imágenes dramáticas logra transmitir sensaciones positivas provenientes de las basuras, además de esto, el “copy” implementado en esta campaña es una referencia más de cómo llegar a las personas de manera emotiva y racional, sin dejar de lado lo formal y preocupante que puede llegar a ser el tema en sí.

Estos son la muestra de una serie de afiches desarrollados por WWF que buscan recaudar fondos para proteger el medio ambiente buscando destinar el 2% del recaudo del impuesto de renta generado por el compromiso con el medio ambiente y el consumidor potencial en la ciudad.

#### Referente N° 4

**Nombre de la Campaña:** Lo dejarías en tu casa

**País:** Madrid – España

**Año:** 2010

**Agencia:** Agencia de Publicidad Alicante



*Figura 17 - Campaña “Lo dejarías en el suelo de tu casa” en Madrid, España – Agencia de Publicidad de Alicante – 2010  
Fuente: [www.bfpbranding.com](http://www.bfpbranding.com)*

En España entre los años 2010 y 2011, se desarrolló una campaña que buscaba generar conciencia en la ciudadanía sobre las basuras arrojadas en lugares públicos con el “copy” “Lo dejarías en tu casa”, una frase del dominio común y en el ámbito colombiano utilizada como refrán o muletilla de manera jocosa para referirse a una situación típica en un determinado momento. Utilizando una frase contagiosa y teniendo en cuenta que el fuerte de la campaña es el “copy” se logra a través de un mensaje funcional, intervenir en los lugares que la problemática afecta el desarrollo colectivo e individual de los habitantes de la ciudad.

Esta campaña tuvo despliegue en varios medios como lo fue radio, televisión y desarrollo de una *website* en ese entonces, esta campaña recibió varios premios en los años anteriormente mencionados por su recursividad gráfica e impacto que tuvo sobre las personas en España, el desarrollo no tiene algún elemento relevante más que la fuerza en el “copy” y el lema de la campaña, reforzado con un elemento visual que genera sensaciones de desagrado en el observador. Constituye otro gran ejemplo de implementación de la comunicación persuasiva en búsqueda de la estructuración conceptual planteada por el proyecto, acompañada de un estudio de campo minucioso que permitió encontrar en la ciudad elementos recurrentes entre los desechos de los andenes, contextualizando el tema trabajado en esta campaña y enfocándose claramente en el mal aspecto que dan estos a la ciudad y que afectan el entorno de los españoles.

## Referente N° 5

**Nombre de la Campaña:** La basura dice mucho de quien la tira

**País:** Toronto – Canadá

**Año:** 2014

**Agencia:** Agencia LiveGreen

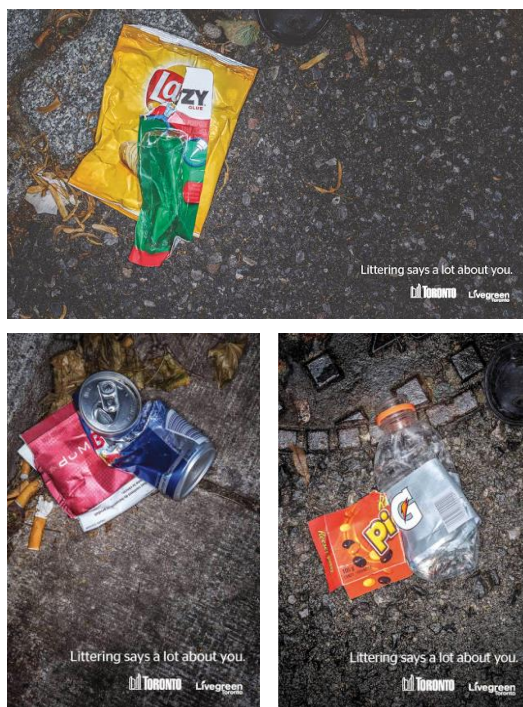


Figura 18 - La basura dice mucho de quien la tira, campaña en Canadá – Agencia Livegreen – 2014

Fuente: [www.creatividadpublicitaria.net](http://www.creatividadpublicitaria.net)

En muchos lugares todavía está la desagradable costumbre de tirar la basura en el suelo, por eso la marca LiveGreen en Toronto creó una campaña gráfica en el que utiliza los desechos para enviar

un mensaje de manera creativa a aquellas personas que no tiene en cuenta el daño que le hacen a la sociedad; es de admirar la recursividad para poder enviar un mensaje claro en la campaña implementada por los canadienses, impactando y potenciando la riqueza gráfica que se logra en el ejercicio de ensamblar palabras a través de las diferentes envolturas desechadas en las calles procedentes de varios productos comerciales identificados por los habitantes de este país y sin causar un daño negativo a las empresas a las cuales pertenecen dichos empaques; la combinación de estos empaques, permitieron construir palabras claves como , perezoso, tonto o cerdo en inglés.

## Referente N° 6

**Nombre de la Campaña:** ¿Es esto lo que esperas encontrar en el mar?

**País:** Rio de Janeiro – Brasil

**Año:** 2012

**Agencia:** Ondazul



*Figura 19 - ¿Es lo que esperas encontrar en el mar?, campaña en Brasil – Agencia Ondazul – 2012  
Fuente: [www.creatividadpublicitaria.net](http://www.creatividadpublicitaria.net)*

En el ámbito regional, en Brasil este es un ejemplo de comunicación persuasiva enfocada a la problemática de las basuras y como éstas influyen contaminando sus mares y las playas; implementando un tipo de comunicación de penetración gradual, propusieron gráficamente interpretaciones desde el punto de vista de las personas que inconscientemente desechan basura y quienes sin pensar en reutilizar empaques o bolsas plásticas influyen en lo que consumirán a futuro. Teniendo en cuenta el mensaje racional propuesto por la campaña es interesante ver el concepto manejado por la agencia Ondazul de Brasil haciendo uso de la fotografía y el retoque en una serie de piezas graficas implementadas en impresos y en digital, invitan a las personas a ser más conscientes acerca de la cantidad de basura que pueden llegar a producir y como esto contribuye a la destrucción ecológica.



## Referente N° 7

**Nombre de la Campaña:** Baratico no más...

**País:** Lima – Perú

**Año:** 2010

**Agencia:** Vistacom



Figura 20 - Baratico no más, campaña en Perú – Agencia Vistacom – 2010  
Fuente: [www.calderondelabruja.com](http://www.calderondelabruja.com)

En Perú se pueden encontrar tres referentes muy particulares, escogidos por su grado de impacto social, en donde la intervención del espacio ha sido diversa en los tres tipos de campaña. En este caso el tipo de comunicación es de penetración rápida, busca a través de la gráfica implementar un lenguaje emotivo, que se caracteriza por su esencia visceral, y controversial al realizar ensambles con elementos alusivos a la violencia. El primero es una intervención de acción rápida como se mencionó anteriormente, en donde se implementaron afiches para invitar a las personas a comprar medicamentos en sitios reconocidos, sin poner en peligro la salud del comprador, esto nace debido a la gran cantidad de medicamentos comercializados en oferta con fechas de vencimiento adulteradas, por consiguiente la agencia Vistacom planteó una campaña de alto impacto, con una gráfica fuerte en contenido visual y textual, haciendo símiles entre lo que puede llegar a pasar si consume o compra medicamentos vencidos y al mismo tiempo invita a las personas a hacer uso responsable de los medicamentos buscando el bienestar del paciente, cromáticamente la gama es un alto contraste entre el negro y el rojo en diferentes espectros valores, que hacen las piezas bastante pesadas, la tipografía implementada en su mayoría en su mayor valor refuerza esta sensación de pesadez en un mensaje fuerte tanto en construcción gráfica como en concepto.

## Referente N° 8

**Nombre de la Campaña:** Si ensucias, matas...

**País:** Miraflores – Perú

**Año:** 2011

**Agencia:** Agencia Cafeína



*Figura 21 - Si ensucias matas, campaña en Perú – Agencia Cafeína – 2011  
Fuente: [www.creatividadpublicitaria.net](http://www.creatividadpublicitaria.net)*

El segundo ejemplo a citar está caracterizado por la intervención activa del espacio en la playa de la población de Miraflores en Perú, donde se realizó por parte de la agencia Cafeína una escultura de una ballena creada con la basura que arrojaron los playeros; la escultura midió 12 m x 2.5 m, alrededor de la ballena estaba la cinta amarilla con el mensaje "Ensucias, matas". Proponiendo una comunicación de contagio en un lugar determinado afectado por la problemática de las basuras; se estructuró un mensaje emotivo y puntual que no tuvo un desarrollo masivo en medios y sin embargo tuvo un alcance a nivel nacional en Perú, implementando estrategias persuasivas que establecieron un medio de alcance inusual similar a la publicidad guerrillera. Haciendo una escultura alusiva a una ballena en una playa se quiso transmitir el mensaje de negativismo que tiene el arrojar basuras en las playas y como esto afecta el ecosistema de los animales y del ser humano.

## Referente N° 9

**Nombre de la Campaña:** Los come "caca"

**País:** Barranco – Perú

**Año:** 2014

**Agencia:** Agencia Independencia



*Figura 22 - Los come caca, campaña en Lima, Perú – Agencia Independencia – 2014  
Fuente: [www.creatividadpublicitaria.net](http://www.creatividadpublicitaria.net)*

El último ejemplo aportado por Perú se llama “los come caca”, una campaña que al encontrarse con ella genera en los usuarios, sensaciones humorísticas y/o sarcásticas, el concepto base se trabajó en torno a la problemática de los excrementos de las mascotas, como problemática en las calles de Lima, Perú, así que los creativos de la campaña pensaron en una manera divertida y didáctica de hacer que las personas recojan, los excrementos de su mascota y los dejen en una caneca determinada, es así que se decidió intervenir las canecas de basuras, con avatares de fantasía que aludiera a personajes que generen malestar en el diario vivir del ciudadano y quisiera callar de alguna manera, es de esta manera como surgen personajes tales como el político mentiroso, la señora chismosa, entre otros.

Esta campaña tiene un elemento indispensable y bastante recursivo en el proyecto, y es la intervención en medios activos y funcionales que pueden atraer a las personas a las canecas de basura, modificando gradualmente el nivel de gravedad de la problemática a tratar en determinado espacio, en este caso la campaña de “Los come caca”, logró un grado de aceptación alto, al igual que logró modificar las cifras desfavorables sobre la problemática de las cantidades de excrementos de perro en Perú encontrando más espacios urbanos libres de ellos.

## Referente N° 10

**Nombre de la Campaña:** Bogotá, basuras cero

**País:** Bogotá – Colombia

**Año:** 2012

**Agencia:** Menga



Figura 23 - Campaña Basuras Cero, Bogotá, Colombia – Menga – 2012  
Fuente: [www.culturarecreacionydeporte.gov.co](http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co)

En el ámbito local, en Colombia se pueden encontrar dos referentes llamados a determinar elementos que posteriormente se identificarán en la propuesta creativa y conceptual de este proyecto; el primer caso está relacionado directamente con la problemática de las basuras en Bogotá, esta es una de las pocas campañas desarrolladas con alcance de diversos medios masivos de comunicación, manteniendo su continuidad por más de 4 años; esta iniciativa surge por la necesidad de reducir la cantidad de desechos que llegan al relleno sanitario de Doña Juana, la idea de la campaña es a través de la implementación de recursos Pictográficos e Iconográficos generar un estilo gráfico auténtico que vincula elementos vectoriales y texturas integradas con fotografías, para generar todo un discurso gráfico entorno al reciclaje de las basuras y como esto a su vez beneficia la calidad de vida de los ciudadanos en general. Se logró hacer de la campaña un lema reconocible para la mayoría de habitantes de la ciudad denominado “BASURA CERO”, acompañado de recursos gráficos que permiten informar a los ciudadanos de cómo o cuando reutilizar y reciclar y clasificar las basuras en el hogar o lugar de trabajo, haciendo más provechoso este para la ciudad.

Los recursos Infográficos en esta campaña tienen un nivel de persuasión aceptable por la temática trabajada, y el tono sutil y limpio en el cual se maneja e interpretan las basuras en la campaña buscando resaltar la ardua labor de las personas que trabajan reciclando, siendo ellos los



protagonistas de la campaña. Distando gráficamente del impacto visual que anteriores referentes presentaban en sus campañas, es destacable, debido a que es otra manera más limpia y propicia para informar a las personas sobre lo que debe de hacerse a la hora de utilizar las canecas de basura.

## Referente N° 11

**Nombre de la Campaña:** Democratización de la imagen

**País:** Bogotá – Colombia

**Año:** 2014

**Agencia:** Empresarios del andén



Figura 24 - Democratización de la imagen, Bogotá, Colombia – Empresarios del andén – 2014  
Fuente: [www.benhance.net](http://www.benhance.net)

El último referente es ajeno a la problemática de las basuras, sin embargo es pertinente por la implementación de elementos sociales vinculados al Diseño gráfico expresados gráficamente, en donde se busca integrar a los comerciantes informales que trabajan en puestos ambulantes, a la formalidad a través de la generación de elementos identificadores que permitan dar a sus puestos de trabajo ambulantes el lugar que se merece en la economía de la ciudad.

La interpretación gráfica pasa por la ilustración, generada por elementos conceptuales que buscan generar distinción y reflejar la tradición y la cultura de cada una de las personas propietarias de los puestos ambulantes, es por eso que la búsqueda de una gráfica atractiva para las personas, es uno de los posibles métodos a implementar en el desarrollo de las piezas de este proyecto, además resulta evidente en estos identificadores, la vinculación del diseño social en la producción gráfica

de los mismos, proponiendo identificadores gráficos únicos y contundentes que se han obtenido a través del acercamiento del proyecto con los vendedores informales de Bogotá. Una vez obtenidos los resultados de la investigación se realizará el análisis y elección de los medios y elementos gráficos a implementar en el proyecto de las basuras en Corabastos, sin embargo es bueno tener elementos de referencia diversos para poder seleccionar el medio gráfico óptimo, abordando problemáticas de orden social en forma cercana y asertiva, así como saber cómo o en qué nivel se puede llegar a persuadir a los usuarios a modificar progresivamente dichas prácticas erróneas concernientes a las basuras en la Plaza de Mercado de Abastos.

Una vez expuesto y analizado de una manera general los referentes anteriores, se pueden identificar los temas esenciales para poder desarrollar la parte investigativa y estratégica de la comunicación, necesarias para el desarrollo gráfico a proponer por parte del proyecto; en este aspecto se pueden apreciar por un lado, medios y recursos con los cuales llegar a alcanzar un grado de impacto, alto o bajo para el público a afectar, teniendo en cuenta la problemática a trabajar y el tipo de relación que se maneja entre el grupo social y la misma; es así como se pueden encontrar medios, activos y pasivos sobre los cuales determinaran el grado de persuasión a lograr con las propuestas estratégicas y gráficas a implementar; teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la investigación, se puede llegar a evaluar los elementos Infográficos, Cartográficos y/o publicitarios, orientados a buscar un grado de efectividad alto que genere cercanía y apropiación con la propuesta a realizar.

#### **4.2 – Fase 1 - Implementación de método investigativo y recopilación de datos**

La investigación en el ámbito del diseño no ha sido aprovechada para generar conocimiento por parte de los diseñadores, siendo innegable la abstinencia en la búsqueda de conocimiento por parte de los profesionales de Diseño en general, pues es algo que no solo afecta al Diseño gráfico puntualmente, sino que afecta a los otros ámbitos del Diseño, como el Industrial, el Arquitectónico entre otros. Si bien el Diseño gráfico y el arte se dividieron en el año de 1836, las diferencias y las confusiones entre una y otra todavía no están claras, pues muchas veces el diseño busca fundamentación teórica en otras profesiones para poder sustentar conceptualmente su devenir. Es importante definir que es investigar y que implica dicha actividad, por eso a continuación se tomará prestada una definición proveniente de un artículo digital:

La acción de investigar es definida por la real academia española como “la realización de actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos

sobre una determinada materia”. Además, una investigación tiene que seguir una metodología sistemática, organizada y objetiva. (Pontis, Foroalfa, 2014).<sup>46</sup>

Es así como se pueden encontrar tres tipos de investigación, uno es la Investigación para el Diseño en la cual el enfoque es teórico y literario en donde se confrontan ideas y se utilizan con el objetivo de sustentar ideas o posturas en un proyecto; la Investigación a través del diseño, es otra manera que consiste en que la teoría y la práctica se unen haciendo una mixtura en búsqueda de proyectos que generen soluciones al proceso a proponer; y por último la Investigación por el diseño en donde tiene como objetivo generar conocimiento que aporte a la disciplina del diseño gráfico en donde se mezclan más de una metodología a implementar.

A partir de lo anterior, se puede afirmar que muchas veces no es una casualidad que los profesionales de Diseño gráfico vean la investigación en los proyectos a desarrollar de una manera superficial y repetitiva para salir del paso, por eso mismo es indispensable destacar la experiencia para dinamizar los procesos y salir de la rutina. La experiencia debe ser reconocida como el conocimiento adquirido a través de la práctica para interpretar resultados y la investigación, que se caracteriza por su capacidad de elaborar y vincular la creatividad, la interpretación, el análisis, la solución y las preguntas pertinentes a la hora de delimitar un problema a trabajar en un determinado proyecto. Es así como la investigación no debe ser entendida como un método científico lineal, sino que lo que pretende es responder a inquietudes que surgen a partir de la práctica.

Esta definición ayuda a clarificar que al igual que un técnico y un investigador no realizan las mismas actividades, un diseñador práctico y un diseñador Investigador tampoco lo hacen. Es importante resaltar que la Investigación en Diseño no pretende reemplazar la práctica en Diseño. (Pontis, Foroalfa, 2014).

Es así como se puede entender que la investigación y la experimentación no pretenden desplazar la práctica proyectual en el que hacer del Diseño gráfico, por el contrario la investigación pretende clarificar una de las tantas inquietudes que circundan en el diseño gráfico y es ¿Qué tan teórica o práctica pretende ser la profesión? Para muchas personas el Diseñador gráfico es una persona práctica que guarda una estrecha relación con la Investigación, por lo que se puede entender como una profesión vinculante en donde el diseño unifica distintas profesiones y campos a través de la experimentación en la Investigación, para finalizar esta parte del proyecto se puede decir que:

---

<sup>46</sup> - Pontis, S. (2014). ¿Qué es y que implica la investigación en diseño? Londres, Inglaterra: <http://foroalfa.org/articulos/que-es-y-que-implica-la-investigacion-en-diseno>.

El analizar el proceso de diseño puede ayudar a conseguir una comunicación visual más efectiva, ya que puede evitar la adopción de soluciones pobres.

Por este motivo, como ocurre en otras disciplinas, para realizar una investigación en diseño lo importante es plantear un objetivo claro, que permita saber que metodológicamente adoptar. (Pontis, Foroalfa, 2014).<sup>47</sup>

Para las precisiones concernientes al proyecto, se consultaron varios métodos existentes, privilegiando el análisis cualitativo por enmarcar esta investigación en el ámbito social, complementado con el análisis cuantitativo. Teniendo en cuenta esto, se procede a analizar lo que se desea obtener de dicha elección de método de investigación y las herramientas que esta puede proveer al proyecto; así que se tuvieron en cuenta los métodos de investigación proyectuales que tengan como fuerte el análisis cualitativo, debido a que estos tipos de investigación ofrecen un análisis del entorno propio, con herramientas de medición variadas y múltiples que permiten al proyecto acercarse al entorno y tener una realidad más precisa y certera a la hora de plantear y/o identificar las cualidades del grupo social y del ambiente, frente a una problemática determinada.

Es así como finalmente se revisaron las herramientas de medición, encontrando una de las más útiles para iniciar, la observación no participante mixta, basada en elementos procedimentales provenientes de la etnografía; debido a las dificultades que no permiten un libre desplazamiento en la plaza de mercado de Corabastos, consecuencia de factores tales como la ubicación de la plaza de mercado en una zona vulnerable, la delincuencia presente tanto dentro como fuera de Corabastos, la disposición y el tiempo de las personas que frecuentan Corabastos para poder entrevistar y/o encuestar, y las precisiones procedimentales que se necesitan para no afectar el resultado de los datos obtenidos de dicha investigación, era o es primordial obtener datos de las personas que frecuentan, trabajan o compran en Corabastos en su diario vivir o rutina diaria.

### **4.3 - Fase 2 - La Etnografía**

En el curso de la investigación de este proyecto es importante tener referencias procedimentales acerca de las herramientas que se van a suministrar recursos conceptuales en el desarrollo gráfico y proyectual concerniente a la problemática de las basuras y los residuos orgánicos en Corabastos;

---

<sup>47</sup> - Pontis, S. (2014). ¿Qué es y que implica la investigación en diseño? Londres, Inglaterra: <http://foroalfa.org/articulos/que-es-y-que-implica-la-investigacion-en-diseno>.

es así como se cataloga en primera instancia a evaluar y a destacar en este proyecto, es la Etnografía.

Dicho método de estudio no es algo novedoso pues según datos históricos la Etnografía como método de estudio y de aplicación fue instaurada formalmente por Bronislaw Malinowski, en el año de 1924, donde vinculó el trabajo de campo y el estudio sociocultural en búsqueda de brindar nuevos métodos y formas de adquirir conocimiento a la Antropología Social; hoy en día en este tema algunos investigadores la definen como la disciplina aparte de la Antropología, y otros la encajan como una herramienta más al servicio de la misma. Es importante definir con precisión la Etnografía para tener un concepto claro acerca de lo que es:

La Etnografía es, pues, una respuesta a medias, que debe ser afinada para que entre en sintonía con las necesidades de la educación popular.

En este contexto, la Etnografía se constituye en una alternativa pues plantea una serie de modos y maneras que apuntan a obviar algunos de los problemas detectados. (Mariño, 1994, p.15).<sup>48</sup>

Se puede decir entonces, que la Etnografía es un método de estudio que a través de la observación de las prácticas culturales de determinados grupos sociales, permite vincularse y confrontar la información recopilada en un determinado grupo social, con la información observada, encaminado a obtener información de primera mano para aplicar en un proyecto determinado. Dicha investigación no es posible de realizar sin los instrumentos o herramientas necesarios para el mismo, entre estos están la observación no participante, el diario de campo y la acción participativa, entre otros, permitiendo que el observador o investigador, construya y reconfigure gradualmente su modo de observar, pensar y sentir en el entorno o contexto a estudiar, claramente esto debe hacerse de una manera imparcial para obtener resultados efectivos y puntuales del grupo social a trabajar.

Es importante aclarar que en este tipo de investigación la influencia de diferentes artículos y referentes permiten direccionar correctamente la incursión de las herramientas mencionadas anteriormente, estas a su vez permitirán al proyecto su realización en la parte de investigación y ejecución en el trabajo de campo en la plaza de mercado de Corabastos, es por eso que es importante citar algunos apartes del libro “Etnografía de las plazas de mercado de Bogotá”, en donde se puede evidenciar la Etnografía y su uso aplicado a las plazas de mercado de Bogotá, caracterizando el

---

<sup>48</sup> - Mariño, G. (1994). Etnografía de las plazas de mercado de Bogotá. Bogotá, Colombia: Dimensión educativa.

proceso, y entendiendo un poco el procedimiento a aplicar en el proyecto, dadas las condiciones del entorno y del grupo social:

La preparación es muy importante puesto que no se podía llegar a las plazas de mercado de la misma manera como se va a otras investigaciones. No se aplicarían encuestas ni se realizarían experimentos. No habría preguntas fijadas de antemano y por el contrario, estas, más que punto de partida serían puntos de llegada; resultado.

El reconocimiento general permite ir ubicándose. Se conoce cuáles son los horarios de plaza, que actores existen en los diferentes espacios...en fin, se logra ir familiarizándose con la situación. Con frecuencia estas primeras miradas aportan elementos de impacto que jamás se pueden volver a obtener, pues entre más nos familiarizamos con una situación, menos percibimos; de ahí su importancia. (Mariño, 1994, p.12).<sup>49</sup>

Se pueden encontrar un sin fin de referencias similares entre artículos y libros, acerca de cómo realizar el acercamiento y la investigación de campo en las Plazas de Mercado de Bogotá, de lo anterior se pueden deducir que en primer lugar la ubicación y exploración deben darse de una manera en la cual el observador o investigador entre a formar parte del entorno; lo segundo a destacar es que las herramientas cualitativas, deben salir de lo tradicional, es decir no deben haber encuestas, no deben haber entrevistas con orientación cuantitativa, ya que esto no permitiría obtener unos resultados reales y concretos acerca de lo que realmente pasa en el entorno y/o grupo social a tratar, por eso más adelante se hablará del ejercicio a plantear con los comerciantes de Corabastos, denominado Mapeo en el cual de una manera didáctica, corta, dinámica y entretenida se obtendrán resultados que permitirán detectar cualidades y modos o modelos de actuar frente a las basuras presentes en la plaza de mercado. Por último pero no menos importante, es no permitir que el grado de familiaridad distorsione el modo de observar y apuntar las experiencias que se van tomando en los recorridos hechos en la Plaza de Mercado de Corabastos.

Anteriormente se enunciaron unas características específicas que hacen de la Etnografía una herramienta fundamental en este proyecto, teniendo en cuenta características novedosas e ingeniosas para obtener datos de un determinado grupo social; a través de la observación no participante y el diario de campo se quiere identificar y entender las reacciones que el grupo social tiene frente a la problemática de las basuras y los desechos orgánicos, posteriormente se procederá a desglosar con mayor detenimiento estas herramientas de recopilación de datos; evaluar los resultados que este arroja en una determinada investigación.

---

<sup>49</sup> - Mariño, G. (1994). Etnografía de las plazas de mercado de Bogotá. Bogotá, Colombia: Dimensión educativa.

Existen referencias alusivas de las relaciones internas y externas que los comerciantes de la Plaza de Mercado del Restrepo establecen a diario; por ejemplo, un relación externa es de comerciante con comprador, el cual puede llegar a ser de tipo mayorista o minorista; otra relación es de comerciante con distribuidor y es allí donde se dan otro tipo de relaciones comerciales en donde se suple una necesidad o una carencia de un determinado producto; por otro lado están las relaciones internas que como se menciona en el libro “Etnografía de las Plazas de Mercado de Bogotá” son relaciones complementarias descritas de la siguiente manera:

Continuando con el ejemplo del componente estructural, vendedores se establecieron al interior de él las relaciones, arrojando datos como la íntima articulación entre los vendedores de perecederos y los dueños de los restaurantes pues, las frutas excesivamente maduras (que ya no podían ser fácilmente vendidas), eran utilizadas para hacer jugo o ensaladas. Los dueños de los restaurantes, entonces, establecen relaciones de complementación con los vendedores de perecederos. (Mariño, 1994, p.21).<sup>50</sup>

Otra idea que se comparte con la postura planteada por el libro es la procedencia de los propietarios de los puestos y/o negocios establecidos en las plazas de mercado de la ciudad, se puede encontrar que la gran mayoría son originarios de las zonas rurales del país y que algunos de ellos, los más tradicionales, viven en la ciudad desde hace varios años, otros más jóvenes encuentran en las plazas de mercado una oportunidad para trabajar y poder progresar en las ciudades, buscando mejores oportunidades que garanticen un buen estilo de vida. Por consiguientes se puede decir que las plazas de mercado son microcosmos en donde lo tradicional, lo rural y lo cultural ocupan un espacio determinado en la ciudad.

Corabastos y la gran mayoría de las plazas de mercado de Bogotá, hoy en día subsisten gracias a la tradición familiar que se lleva a cabo en gran parte de los negocios establecidos en dichos lugares, desde muy pequeños los padres enseñan a sus hijos a colaborar en el proceso de comercialización de sus negocios, ayudan de diversas maneras, ya sea vendiendo, cuidando, aseando y/o empacando, mientras se fomenta en los niños el sentido de pertenencia y colaboración, conllevando a que continúen ayudando en los negocios de la familia establecidos en las plazas de mercado al alcanzar su grado de madurez. Por otra parte es importante destacar, que la Etnografía también permite identificar y puntualizar las problemáticas que se presentan al tratar o estudiar un aspecto actitudinal en un entorno a analizar, es decir, permite tener una causa y una consecuencia y cómo esta afecta a los individuos y su entorno, además de permitir implementar herramientas de medición

---

<sup>50</sup> - Mariño, G. (1994). Etnografía de las plazas de mercado de Bogotá. Bogotá, Colombia: Dimensión educativa.

diversas, en donde los resultados permiten un acercamiento más familiar con el entorno y el grupo social a estudiar.

Para concluir, es entendida la Etnografía en este proyecto como la herramienta de estudio, guía y recopilación de información en la implementación del método de investigación escogido, utilizando métodos no convencionales orientados a la obtención de resultados cualitativos para destacar características o cualidades del grupo social a trabajar y del entorno en el cual se pretende intervenir con una propuesta estratégica y gráfica; la Etnografía se destaca por elementos que permiten incursionar y vincular al observador u investigador al grupo social y el entorno a trabajar, con la Etnografía se pueden obtener datos como: reconocimiento del entorno y del espacio a explorar, identificación de procesos, modelos y estilos del diario vivir sin afectar la rutina habitual en dichos entornos, teniendo un contacto directo con la problemática a tratar y las personas que se ven inmersas en ella. Es la Etnografía un método que permite abordar el diseño social de una manera más integral y responsable que valida con resultados de una manera tangible y consecuente la actualidad y la realidad de la problemática a abordar, haciendo un acercamiento propicio, que busque proponer una posible solución eficaz a la misma.

#### **4.4 –Fase 2 - Perfilación de los usuarios**

A lo largo del documento se han establecido diversos focos sociales que podrían ser susceptibles de abordar en la problemática de las basuras y de los desechos orgánicos dentro de la plaza de Corabastos; sin embargo es necesario clarificar dicho grupo de usuarios, enfocados en las personas que mayor parte del tiempo trascurren en las instalaciones de la central mayorista de Corabastos; es así como entre comerciantes, compradores, trabajadores y visitantes, está el grupo de personas a persuadir mediante el producto gráfico a plantear; es así como se decidió enfocarse en los comerciantes, debido a que son ellos son los que más influyen en dicha problemática de las basuras; sin el ánimo de acusar a los comerciantes de desorden ambiental y generación de grandes cantidades de basuras provenientes de sus puestos de trabajo en su actividad comercial, y más con el ánimo de concientizar que ellos son los más afectados debido a que las basuras afectan su actividad comercial, económica, social y personal de una manera negativa, hay que destacar que los comerciantes, son las personas que mayor cantidad de tiempo permanecen en la plaza de mercado, desde las 10 de la noche hasta las doce del mediodía del siguiente día, y por consiguiente mejor dominio y mejor aplicación pueden llegar a tener en la posible solución y transmisión del mensaje a implementar en la plaza de Corabastos.



Una vez delimitados estos aspectos y justificando de una manera puntual el grupo al cual se piensa dirigir la atención del proyecto es necesario hacer algunas precisiones actitudinales en los comerciantes que son bastante recurrentes; es decir, algunos aspectos que parecen ser un común denominador en la mayoría de ellos; se puede empezar diciendo como característica general son personas bastante arraigadas a lo popular, a lo rural, es decir, disfrutan de la comida típica de Colombia, para muchos es innegable, encontrar en cada una de las plazas de mercado, platos tales como la fritanga, la pelanga, el caldo de costilla, la changua, el piquete de gallina, el caldo de pescado y de pata de res, entre otros más que se podrían mencionar para hacer una alusión a lo que se quiere comentar a continuación; es innegable que son platos básicos de cualquier restaurante típico Colombiano, que pueden llegar a ser entendidos como tradicionales y populares en todo el país; pero retomando la idea original, son personas que disfrutan mucho de la gastronomía, adeptos a la música popular y tropical, la cual no distingue entre género ni edades, pues en los varios bares o tabernas que se encuentran dentro de la plaza de mercado, se pueden apreciar hombres y mujeres, entre los 16 y 50 años departiendo con estos elementos típicos del lugar.

Son personas que según sus edades mantienen un cierto tipo de vestimenta para laborar en la plaza de mercado, los más adultos, utilizan sombreros y ruanas para cobijarse del frío, mientras que los más jóvenes, acuden a la implementación de overoles y chalecos para laborar en la central mayorista; este es un pequeño recuento de los usuarios a afectar de quienes a continuación se procederá a hacer un listado de elementos identificables a destacar en los comerciantes que ayudará a hacer un pequeño esbozo acerca de lo que se va a hacer y a definir como pieza y lenguaje en el proyecto.

#### **4.4.1 - Expresiones orales recurrentes**

Las expresiones orales van a jugar un papel importante en el desarrollo gráfico y textual de las piezas gráficas a implementar en la Plaza de Mercado, es así como se han podido catalogar de la siguiente manera en un cuadro, dichas muletillas o frases recurrentes, dependiendo de la situación que se preste para las comerciantes, estas son las más utilizadas:

DENOMINACIONES PARA CLIENTES	FRASES PARA ATRAER CLIENTES	FRASES INFORMALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ MERCHITA</li> <li>▶ SUMERCÉ</li> <li>▶ MADRE o PADRE</li> <li>▶ PATRONCITA o PATRONCITO</li> <li>▶ CLIENTA o CLIENTE</li> <li>▶ MI REINA o MI REY</li> <li>▶ MI AMOR</li> <li>▶ VECINITA o VECINITO</li> <li>▶ CORAZÓN</li> <li>▶ PAPI o MAMI</li> <li>▶ COMPITA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ TENGA LLEVE</li> <li>▶ REGALAO</li> <li>▶ BARATÍSIMO</li> <li>▶ TODO ESE ARRUME</li> <li>▶ ¿CUÁNTAS LE DOY?</li> <li>▶ A LA ORDEN</li> <li>▶ PARA SEVIRLE</li> <li>▶ SIGA QUE SI HAY</li> <li>▶ VENGA LE DIGO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ TOME PA QUE LLEVE</li> <li>▶ AMANECERÁ Y VEREMOS</li> <li>▶ ATÉNGASE Y NO CORRA</li> <li>▶ PENSANDO EL LAS PELOTAS DEL GALLO</li> <li>▶ SE MAREA JUGANDO YOYO</li> <li>▶ PÍNTELAS PAPÁ</li> <li>▶ ESTA AGONÍA o PERCANTA</li> <li>▶ SEVERA LOCA</li> <li>▶ PICHURRIA (o grosería similares)</li> <li>▶ JODIDOS PERO CONTENTOS</li> <li>▶ ENTONCES COMO FUE</li> <li>▶ QUÉ ESTÁ GASTANDO</li> </ul>

Tabla 1 - Palabras más usadas por los comerciantes en Corabastos.

Cabe destacar que las frases anteriormente expuestas son la frases más reconocibles que pueden tener diversas interpretaciones para las personas en general, siendo utilizadas para fines formales e informales; entre los comerciantes, la mayoría de las veces, las expresiones denotan cierta tendencia hacia lo tradicional, como es el caso de las palabras “merchita” y “sumercé”, en otras tantas como lo son las frase informales, expuestas como refranes que son utilizados a diario por la mayoría de los comerciantes y que son tradicionales de las regiones rurales del país; otras tantas conllevan antiguas recurrencias expuestas como moda en su momento, como es el caso de *papi* o *mami* para referirse a una persona en la actualidad y que son rememoradas también por cantantes musicales de géneros urbanos. Es así como el cuadro del medio se convierte en la representación atemporal de las diferentes tendencias o modas lingüísticas del momento. La primera celda se convierte en una reconfiguración de las diferentes formas que a través de los años se han implementado para generar una cercanía con los compradores en la plaza de mercado o en el comercio en general.

El buen sentido del humor es indispensable para hacer el ambiente laboral un poco menos estresante y más llevadero en el vértigo del comercio de Corabastos, sin embargo es bastante vulgar por su contenido de groserías o palabras soeces así como el intercambio de puños de manera amistosa, los cuales sin embargo, hacen parte de dicho humor dentro y fuera de la plaza de mercado. El lenguaje que se puede implementar en este proyecto, debe contener un alto grado de tradicionalismo y palabrería popular o refranes, convirtiéndose en un elemento conector y bastante amenizador tanto para los comerciantes como para los virtuales visitantes o compradores de la plaza de mercado de Corabastos, también es necesario dejar claro que están a la vanguardia de las

cosas y que muchas de las palabras utilizadas por los jóvenes llegan a los más mayores y se convierten en usos indispensable y necesario para los comerciantes de Corabastos.

#### 4.4.2 - Constantes estéticas

En general se pueden encontrar diversos elementos como identificadores de la plaza de mercado de Corabastos, la señalización para poderse ubicar dentro de las instalaciones, los avisos de almacenes o puestos dentro de la plaza de mercado que guían a los compradores a encontrar productos inusuales o escasos dentro de la plaza de mercado, los números de las bodegas y de las entradas y salidas de Corabastos, entre otros. Otros elementos sirven como puntos reconocibles o de encuentro dentro de la plaza de mercado, como por ejemplo, la imagen de la Virgen María dentro de la plaza de mercado de Corabastos que sirve como punto de referencia y de ubicación para muchas personas que recién llegan a visitar y que permite que puedan llegar fácilmente a la puerta principal, encontrar carros para hacer acarreos de productos, buscar coteros para trasportar la mercancía hasta los carros entre otros.



*Figura 25 - Avisos identificados de puestos en Corabastos – Fuente: Elaboración propia.*

Algunos de los elementos son más que evidentes a la hora de identificar en algunas de estas fotografías, una alegoría a través de elementos gráficos alusivos a la familia o al campo; adicionalmente es innegable el deterioro que se da en muchas de estas ya sea por las condiciones climáticas y/o utilitarias a las cuales están expuestas dichas piezas, es decir a golpes, rayones, contrapesos, como sucede en el aviso de minutos del lado derecho, o a diferentes condiciones climáticas como los son el frío, el calor, el sol, la lluvia y las bajas temperaturas que se presentan en las horas de la madrugada.

Se destacan los múltiples intentos de implementar piezas gráficas de tipo informativo y de señalización haciendo uso del estencil o de las placas de plástico con señalética del lugar colocadas en las zonas comunes en Corabastos; los espacios parecen predispuestos para aplicar dichas señalizaciones en toda la Plaza de Mercado, sin embargo la implementación de nuevos métodos de orientación a los compradores en Corabastos terminan siendo confusos debido a que los sitios no garantizan una legibilidad y un tamaño apropiado para hacer la respectiva lectura de la pieza expuesta que permita entender a los visitantes ¿Dónde están? ¿Hacia dónde dirigirse para comprar algún producto? ¿Qué hacer? o ¿Qué no hacer?. Un problema adicional es que se interponen unas cosas con otras, es decir, en vez de limpiar el muro predispuesto para la implementación de gráficas, se deja como está y se sobrepone la nueva pieza de señalización o de información sobre la que había anteriormente o sobre el mismo desorden de basuras, como sucede en las canecas de basuras ubicadas fuera de las bodegas.



*Figura 26 - Identificadores institucionales en las áreas comunes de Corabastos – Fuente: Elaboración propia.*

Ahora en la parte específica, se puede entender desde lo colectivo y lo personal de los comerciantes y de sus puestos de trabajo como aquellos elementos que más conforman y generan identidad en Corabastos; es así como el aviso que identifica un determinado puesto dentro de cualquier bodega, obligatoriamente debe tener su identificador el cual contiene su número de puesto en la bodega, sin importar el soporte, así sea de plástico, cartón, madera, cartulina y/o papel entre otros más, que hasta el día de hoy han sido utilizados, en un intento por organizar y unificar los puestos de comercio bajo un mismo color, manteniendo una unidad cromática y posicional en los puestos de mercado; actualmente se está ejecutando dicho proyecto en la Bodega Reina, identificada con el número 31, con una participación baja de puestos que han llegado a lo mencionado suponiendo que la demora de dicho cambio estructural y promocional de cada puesto tiene que ver con la inversión que los comerciantes deberían hacer en modificar sus puesto de trabajo.

Por otra parte como elementos específicos, se puede encontrar afiches o posters de emisoras, de religión, y algunas veces de almanaques que contienen todo tipo de imágenes, que van desde el tipo erótico hasta tipo decorativo y ornamental con imágenes de paisajes y/o animales acompañados del calendario con el respectivo año, claro está que cuando la imagen es apreciada por el dueño del puesto permanece a pesar de que dicho calendario allá caducado hace varios años.

PREFERENCIAS EN PRENSA		PREFERENCIAS EN RADIO		PREFERENCIAS EN TELEVISIÓN	
HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
4 - Quiubo 3 - ADN 1 - El Tiempo	4 - Quiubo 1 - ADN	3 - Candela Estereo 2 - Radio Recuerdos 2 - Olimpica Estereo 1 - La Mega	4 - Candela Estereo 1 - Radio Uno	Deportes Entretenimiento Noticias	Noticias Tu voz estereo Mujeres al limite

*Tabla 2 - Medios de comunicación predilectos por los comerciantes en Corabastos.*

Las preferencias por los medios de comunicación y cuáles de estos están al alcance en su labor diaria, es un aspecto que se indagó en el ejercicio de mapeo colectivo, debido a que en cada puesto de trabajo es infaltable la música para amenizar la jornada laboral, ya sea proveniente de un radio o de un teléfono celular conectado a un parlante pequeño que es utilizado por los más jóvenes que trabajan en la central mayorista; otros más relajados en carga laboral, tienen tiempo de ver televisión en su puesto de trabajo para ver noticias, partidos de fútbol y hasta novelas que incluso en casos de algunos comerciantes de la plaza de mercado manifestaron su gusto por un determinado programa diciendo el nombre propio y la hora de trasmisión del mismo, como se puede apreciar en el siguiente cuadro resultante del ejercicio de Mapeo Colectivo.

Es así como la radio es el medio predilecto por los comerciantes de Corabastos, en segundo lugar la prensa y en tercer lugar la televisión; por la parte de emisoras, se puede encontrar características similares entre las frecuencias seleccionadas por las personas indagadas, sin embargo entre las emisoras mencionadas tienen todas en su programación radial una tendencia a lo tradicional y a lo antiguo dado que los contenidos se alternan con canciones que en su momento fueron éxitos radiales, la diversidad de géneros musicales es grande, pasando por lo más popular como las rancheras y la música tropical, hasta los más modernos como los son la salsa choque o el reggaetón; es este el tipo de contenidos de las emisoras como Candela Estéreo, Radio Recuerdos o Radio Uno, las cuales fueron las de mayor acogida por los participantes en el ejercicio, algunas veces las personas preguntadas, respondían haciendo alusión al lema o eslogan de la emisora. En cuanto a los otros dos medios, la prensa y la televisión, los participantes en el ejercicio manifestaron que era casi imposible sentarse a leer el periódico o ver algún programa de televisión, debido a la actividad comercial que ellos desarrollan en Corabastos.

En último lugar, el periódico o prensa, se puede encontrar una mayor inclinación hacia los diarios, Quibo y ADN, algunos de los participantes manifestaron que los preferían por la accesibilidad y practicidad con la cual se consiguen dichos diarios, teniendo en cuenta que los contenidos son bastante llamativos por su alto componente de controversia en el caso del periódico Quibo mientras que el ADN pretende ofrecer información, práctica, fácil y de rápido alcance.

En la televisión, hubo poca gente que manifestó cierto agrado por dicho medio, o alguna predilección en específico por algún programa o franja televisiva, sin embargo la más frecuentemente mencionada fue el noticiero como programa a destacar entre los encuestados, seguido del entretenimiento y los deportes; solo dos de las personas manifestaron inclinación por un programa en específico, como “Tu voz estereo” y “Mujeres al límite”.

Según lo anteriormente mencionado, el espectro gráfico e informativo de la plaza de Corabastos al cual están expuesto los comerciantes de la plaza de mercado, es poco, hay algunas manifestaciones que con el paso de los años han perdurado pero se han quedado sin ninguna función más que colgar en las áreas comunes, pasando por alto el desarrollo gráfico y comunicativo que este tenía en su intención inicial. Ya sea de tipo general o específico no trasciende de una manera importante en el entorno, las causas de todo esto pueden ser varias, entre ellas la falta de tiempo para poder apreciar un determinado elemento gráfico en la rutina de un comerciante de Corabastos, la falta de disposición de espacios o la falta de diseños prácticos y funcionales que se vinculen a la rutina diaria de un comerciante, teniendo en cuenta aspectos de tipo sensorial y perceptivo que hagan generar un sentido de apropiación en el comerciante como lo han hecho las emisoras o programas a los cuales aluden o manifiestan su interés con gran entusiasmo.

Es por eso que es importante tratar de entender de una manera superficial, lo que hace a un comerciante seleccionar una determinada opción o una ruta en su labor diaria y llegar a ese punto de pregnancia al cual las emisoras radiales, los santos religiosos y demás lograron generar y contagiar al comerciante de Corabastos.

#### **4.5 – Fase 3 - Herramientas de recopilación de datos**

Al analizar la técnicas existentes, basados en los métodos cualitativo y cuantitativo, se procede a analizar lo que se desea obtener de dicha elección del método de investigación y las dinámicas que están encaminadas a orientar las herramientas de recopilación de datos a procesos Etnográficos y sociales pertinentes para el proyecto; así que se tuvieron en cuenta las técnicas de investigación que tengan como fuerte el análisis cualitativo, debido a que estos tipos de investigación ofrecen un análisis del entorno acorde a las herramientas de medición las cuales son diversas, permitiéndole al proyecto acercarse al entorno y tener una realidad más precisa y certera a la hora de plantear y/o identificar las cualidades del grupo social y del entorno, frente a una problemática determinada, como son las basuras en Corabastos.

De esta manera las herramientas seleccionadas a implementar en la metodología proyectual son tres: la observación no participante, la agenda de campo acompañada del registro fotográfico y el ejercicio de Mapeo Colectivo con un pequeño cuestionario incorporado como guía del ejercicio. En las tres primeras herramientas a implementar se puede ver que el objetivo fue obtener información de primera mano, sin entrar en contacto con el grupo social, debido a que esto puede modificar el modo de ver, pensar o actuar de las personas que frecuentan Corabastos frente a la problemática, así que a través de la observación no participante, el registro escrito en la agenda de campo y el registro fotográfico, se obtuvieron datos que permitieron tener unos datos preliminares acerca de cómo se desarrolla el diario vivir de Corabastos entre los desechos orgánicos y las basuras que se generan allí en las actividades laborales comerciales, destacando cualidades de su proceder en la plaza de mercado; de la misma manera se buscó analizar elementos gráficos, códigos, símbolos o convenciones utilizados verbal o visualmente por los comerciantes de la plaza de mercado, que posteriormente en el planteamiento grafico permitirá tener recursos acordes al entorno.

En cuanto al ejercicio de mapeo, se planteó en el método de investigación con el objetivo de ratificar y validar la información obtenida en la observación no participante, además de observar la reacción que la gente tenía cuando se les preguntaba por el tema y la disposición que ellos tenían de hablar del mismo. Es así como la encuesta que se desarrolló durante el ejercicio de mapeo fue demasiado breve y concluyente en la mayoría de los casos, debido a que la disposición de tiempo por parte de la gente, pues los comerciantes laboran hasta altas horas del día y desde muy temprano; con el mapeo se buscaba ver el modo de interpretar elementos gráficos y como ellos ven ciertas zonas de la plaza de mercado; por otra parte era necesario ver si lo expresado en las encuestas es un común denominador en el modo de pensar de los comerciantes, que en este caso son el grupo

puntual a trabajar en el proyecto, y así mismo poder tener una interpretación de datos más acertada y acercada a la realidad social de la problemática.

#### **4.6 – Fase 3 - Observación no participante**

De acuerdo al método de investigación seleccionado, la primer herramienta a destacar es la observación no participante mixta, debido a las dificultades que no permiten un libre desplazamiento en la plaza de mercado de Corabastos por factores tales como la ubicación de la plaza de mercado en una zona vulnerable, pues esta es aledaña a la calle conocida como el cartuchito y está entre los barrios María Paz y el Amparo que son conocidos en el sector como barrios complejos en seguridad; la delincuencia presente tanto dentro como fuera de Corabastos por lo anteriormente mencionado y la disposición de tiempo por parte de los comerciantes y de las personas que frecuentan Corabastos.

Para poder entrevistar e invitar al ejercicio de mapeo fueron determinantes en la elección y optimización de las otras herramientas de recopilación de datos. A través de la observación de campo se logró identificar lo anteriormente expuesto en el proyecto pero al mismo tiempo se tuvo en cuenta las precisiones procedimentales que se necesitan para no afectar el resultado de los datos obtenidos de dicha investigación, es decir que es primordial obtener datos de las personas que frecuentan, trabajan o compran, en Corabastos en su diario vivir, siendo ellos todos en general partes activas y recurrentes en la problemática de las basuras en Corabastos.

##### **4.6.1 - Agenda de campo**

La agenda de campo es una herramienta que permitió a través del registro escrito y fotográfico, compilar información acerca del tema, entorno, ámbito y/o ambiente de la problemática a tratar; permitió al mismo tiempo detectar cualidades, recurrencias y prácticas de las personas inmersas en dicha problemática. La validez de la agenda de campo se reafirma a través del registro fotográfico realizado durante seis meses, haciendo visitas periódicas, con intervalos de tres días de diferencia, observando las dinámicas que se desarrollan en torno a las canecas de Corabastos (Ver Anexo1). Dicho esto de antemano, y dadas las condiciones a las cuales se está expuesto en la plaza de mercado de Corabastos fue una de las herramientas indispensables para detectar actitudes, y acciones que los comerciantes y trabajadores de la plaza de mercado realizan alrededor de las basuras en su lugar de trabajo.



Es así como se detectaron prácticas poco saludables en la agenda de campo (Ver Anexo 1) para las personas que frecuentan Corabastos, la mayoría de veces, los desechos orgánicos son botados en los andenes más cercanos a las puertas de acceso, ubicadas en cada una de las diferentes bodegas, buscando agilizar el proceso en la jornada laboral u otras porque las canecas principales de cada bodega se encuentran repletas de basuras, lo mismo sucede con las canecas más pequeñas, ubicadas dentro de las bodegas, las cuales ya son casi inexistentes pues muchas veces se las llevan para algunos puestos de trabajo para uso privado. En los comerciantes de Corabastos se puede percibir una cierta conformidad o resignación con respecto a las canecas de basuras y a los desechos que circundan por casi toda la plaza de mercado; debido a que alrededor de dichos desórdenes de basuras, se pueden apreciar prácticas de diferente índole, como lo son el consumo de alimentos, transacciones comerciales y hasta reuniones sociales que no se ven afectadas por los olores y el mal aspecto que dichos desordenes de basuras representan a comerciantes y visitantes de Corabastos.

#### **4.6.2 - Mapeo Colectivo**

El Mapeo Colectivo es una herramienta que fue seleccionada para el proyecto, por sus cualidades de identificación y de vinculación para recopilar reacciones que permitan un acercamiento más familiar e informal con las personas que frecuentan el lugar de estudio a incursionar. El mapeo colectivo es una de las herramientas más recurrentes en los estudios Etnográficos como los anteriormente mencionados, y que se implementan para poder identificar, formas de ver, actuar y entender el entorno en el cual cada persona reacciona frente a diferentes circunstancias que se presentan en su entorno social; es así como a través de la Etnografía como base teórica y extrayendo herramientas de estudio implementadas en diferentes procesos etnográficos se busca tener un mayor entendimiento del proyecto sobre la problemática de las basuras en Corabastos, teniendo en cuenta las prácticas culturales y sociales en su desarrollo cotidiano. Es por eso que se decidió implementar el mapeo colectivo como herramienta para recopilar los datos y detectar ciertas constantes procedimentales y actitudinales, frente a la problemática de los desechos orgánicos producidos en Corabastos; había que tener en cuenta que el tiempo para implementar el ejercicio, pues debía ser notablemente corto, debido al tiempo que dichas personas podían prestar al ejercicio, estaba compartido con las horas laborales o comerciales que ellos pasan en Corabastos, y la dinámica debía ser rápida, concreta y práctica.

Es así como se decidió implementar el ejercicio de mapeo (Ver Anexo 2), orientado a ubicar en primera medida elementos básicos, como los son, las rutas de entrada y salida, lugares de compra y consumo de alimentos, lugares más limpios y desorganizados dentro de Corabastos entre otros aspectos indagados que en conjunto a este ejercicio de mapeo se implementó una pequeña encuesta

para poder detectar, constantes procedimentales concernientes a la problemática de los desechos orgánicos en la plaza de mercado, la idea de esta encuesta está planteada para detectar cualidades que se verán evidenciadas a través de preguntas concernientes a modos de ver, entender, sentir y actuar con respecto a los desechos orgánicos y las basuras en su labor diaria, sin tener en cuenta la cantidad.

Como un apunte adicional en el desarrollo e implantación de dicha herramienta de recopilación de datos, es decir, el mapeo acompañado de la encuesta; se encontraron dos aspectos bastante interesantes de analizar: por un lado la colaboración de los comerciantes en general fue bastante positiva, es decir, el ejercicio logró el objetivo de atraer y vincular al proyecto a los comerciantes de Corabastos, logrando una fluidez en el ejercicio bastante positiva, pues muchas veces, la encuesta y el mapeo eran planteadas para ser desarrolladas de a una persona por hoja y resultaban varias veces cuatro y hasta cinco personas resolviendo los formatos. Al mismo tiempo se logró conocer otra serie de prácticas y problemáticas que se presentan en Corabastos de una manera recurrente, y en algunos casos llega a ser uno de los focos de mayor desorden y producción de residuos Orgánicos y basuras dentro de las instalaciones de Corabastos.

Por otro lado se encontraron reacciones de apatía y zozobra, cuando se les pedía colaborar a las personas en la dinámica de las encuestas y del mapeo en la plaza de mercado concernientes a la problemática de las basuras, pues una tercera parte de las personas preguntadas para realizar el ejercicio, manifestó encontrarse dentro de sus horas laborales y debido al flujo comercial que es esporádico para los comerciantes, deben estar atentos a los compradores que se acercan entre las 8 de la mañana y las 10 de la mañana, y para los comerciantes de Corabastos la prioridad siempre es vender.

Otra parte de los comerciantes no accedían fácilmente a realizar el ejercicio debido a que muchos rechazaban la idea de participar en el mapeo, aludiendo razones procedimentales y de conocimiento respecto al tema precarias, es decir se sentían nulos en el tema, y poco preparados para dicho ejercicio, algunos llegaban a decir que ellos estudio no tenían y pensaban que se les iba a preguntar acerca de cosas, técnicas, químicas o físicas de los desechos orgánicos; pero más allá de todo lo anteriormente mencionado en general, se llegó a sentir un cierto grado de temor, bien sea por lo que los comerciantes creían, que era una encuesta demasiado específica concerniente al tema de las basuras o por afectaciones concernientes a la seguridad e integridad de sus puestos de trabajo y de ellos mismos, es por eso que el proyecto en sí prefirió no indagar mucho a profundidad sobre la relación que hay entre seguridad y basuras con los desechos orgánicos en Corabastos, debido a la sensibilidad de las personas a la hora de conversar.

Como resultado de la implementación del mapeo y la encuesta se realizó la posterior interpretación de datos obtenidos en dicho ejercicio, organizando la información en cuadros que permitieran comparar y analizar punto por punto indagado; obteniendo datos concretos en cada uno de las preguntas implementadas, presentando un panorama somero de lo que es Corabastos hoy en día, las percepciones frente a la problemática y algunos datos concernientes a las preferencias visuales y/o estéticas de los comerciantes, que facilitara la elección del lenguaje visual a implementar en la propuesta grafica a plantear a partir de la investigación.

Esta parte de identificación de elementos estilísticos y visuales preferidos por las personas a nivel general en Corabastos, serán desglosadas con mayor rigurosidad más adelante en el documento de este proyecto, sin embargo es necesario hacer la claridad acerca del por qué aparecen dichos datos en este análisis, la idea fue que el mapeo permitiera suministrar una gran cantidad de datos potenciales que esta herramienta puede proveer y poderlas confrontar con los datos obtenidos por el diario de campo, el registro fotográfico y la observación no participante, solventando con datos los elementos anteriormente identificados de una manera preliminar en el proyecto sobre las basuras y los desechos orgánicos en Corabastos.

GENERO	CANTIDAD (PERSONAS)	TOTAL
MASCULINO	11 PERSONAS	20 PERSONAS
FEMENINO	9 PERSONAS	

RANGO DE EDADES	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
15 - 30 AÑOS	2 PERSONAS	0 PERSONAS	2 PERSONAS
31 - 45 AÑOS	2 PERSONAS	1 PERSONAS	3 PERSONAS
46 - 60 AÑOS	5 PERSONAS	6 PERSONAS	11 PERSONAS
61 AÑOS Ó MÁS	2 PERSONAS	2 PERSONAS	4 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

LUGARES DE PROCEDENCIA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
CUNDINAMARCA	4 PERSONAS	3 PERSONAS	7 PERSONAS
BOGOTÁ	4 PERSONAS	2 PERSONAS	6 PERSONAS
BOYACA	1 PERSONAS	4 PERSONAS	5 PERSONAS
TOLIMA	1 PERSONAS	0 PERSONAS	1 PERSONAS
HUILA	1 PERSONAS	0 PERSONAS	1 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

*Tabla 3 - Categorización de edades, lugar de procedencia y género sexual de las personas encuestadas.*

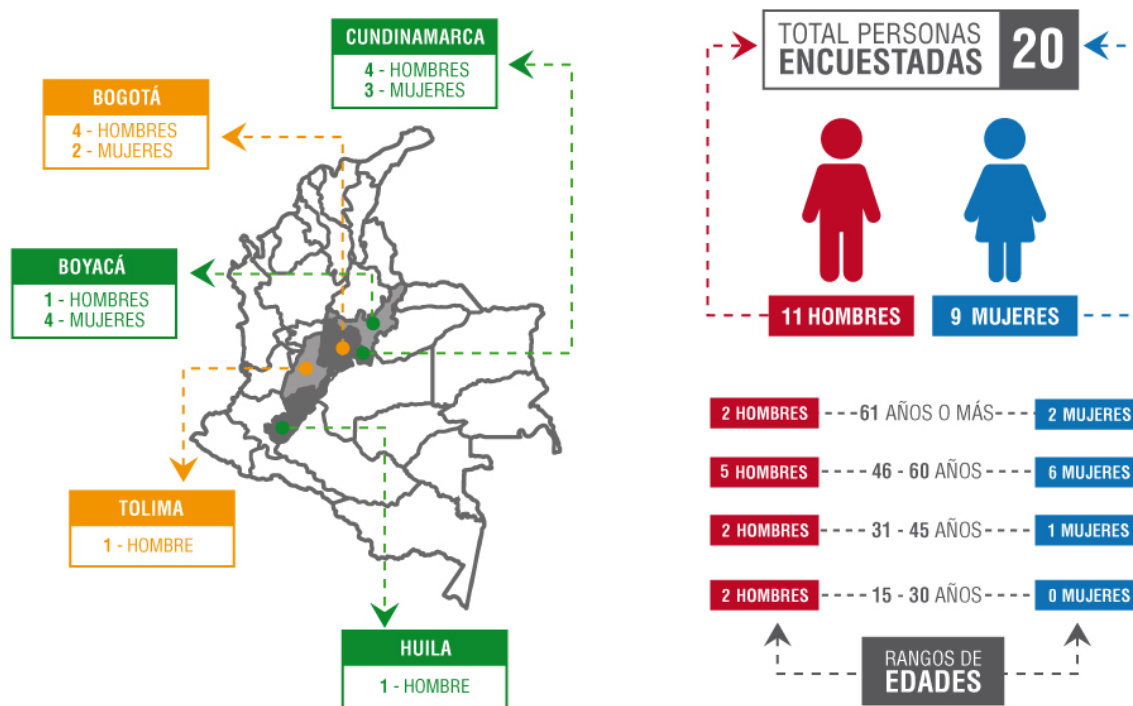


Figura 27 - Aspectos básicos de las personas vinculadas al ejercicio de mapeo - Fuente: Elaboración propia.

En esta parte las preguntas planteadas inicialmente fueron básicas, encontrando en primera medida las edades de las personas, su lugar de procedencia y el género al cual pertenece, es así como fueron encuestadas 20 personas en total, conformadas por 11 hombres y 9 mujeres, con rangos de edad que van desde los 16 hasta más de los 60 años, con una mayor presencia de personas en rangos de edades entre los 46 a los 60 años, conformada por 5 hombres y 6 mujeres para un total de 11 personas ubicadas en este rango de edad.

Los lugares de mayor procedencia de los encuestados están entre Cundinamarca con 7 personas (4 hombres y 3 mujeres), Bogotá con un total de 6 personas (4 hombres y 2 mujeres), y Boyacá con un total de 5 personas (1 hombre y 4 mujeres); para los hombres el mayor lugar que se dio de procedencia fue Bogotá y Cundinamarca cada uno con 4 personas registradas y para las mujeres el mayor registro de lugar de procedencia se dio en Boyacá con 4 personas registradas.

OCUPACIÓN	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
PROPIETARIO	2 PERSONAS	6 PERSONAS	8 PERSONAS
EMPLEADO	7 PERSONAS	1 PERSONAS	8 PERSONAS
COMPRADOR	2 PERSONAS	2 PERSONAS	4 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

NIVEL DE ESCOLARIDAD	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
NINGUNO	0 PERSONAS	1 PERSONAS	1 PERSONAS
PRIMARIA	5 PERSONAS	2 PERSONAS	7 PERSONAS
BACHILLERATO	5 PERSONAS	6 PERSONAS	11 PERSONAS
PROFESIONAL	1 PERSONAS	0 PERSONAS	1 PERSONAS
POSTGRADO	0 PERSONAS	0 PERSONAS	0 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

AÑOS DE LABOR EN CORABASTOS	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
0 - 10 AÑOS	3 PERSONAS	2 PERSONAS	5 PERSONAS
10 - 20 AÑOS	8 PERSONAS	3 PERSONAS	11 PERSONAS
20 - 30 AÑOS	0 PERSONAS	3 PERSONAS	3 PERSONAS
30 AÑOS Ó MÁS	0 PERSONAS	1 PERSONAS	1 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

Tabla 4 - Clasificación de puesto de trabajo, años de experiencia en Corabastos y nivel de escolaridad.



Figura 28 -Experiencias laborales y educativas en Corabastos - Fuente: Elaboración propia.

En este rango de datos se puede encontrar la ocupación, nivel de educación y años de labor o visita en Corabastos, es así como se obtienen datos de ocupación con un mayor registro en propietarios y en empleados cada uno con un total de 8 personas, conformadas para propietario en 2 hombres y 6 mujeres; y para empleado fueron 7 hombres y 1 mujer registrados en la encuesta, la mayor participación fue para mujeres, 6 como propietarias y para hombre 7 como empleados. En el nivel de escolaridad en los encuestados tuvo como mayoría 11 personas en bachillerato distribuidas en 5 hombres y 6 mujeres, al igual que primaria con 7 personas conformadas por 5 hombres y 2 mujeres; la mayor cantidad de hombres se manifestó haber cursado primaria y/o bachillerato cada uno con 5 personas y en las mujeres el dato más relevante fue en bachillerato con 6 mujeres. El último cuadro se presenta la información de los años que los encuestados llevan frecuentando Corabastos, es así como la mayor cantidad de respuestas estas en el rango de 10 a 20 años de visitar la plaza de mercado con un total de 11 personas distribuidas en 8 hombres y 3 mujeres; la mayor cantidad de hombres se dio entre 10 a 20 años con un total de 8 personas y en las mujeres la mayor cantidad se dio en los rangos de 10 a 20 años y 20 a 30 años, cada uno con 3 mujeres por rango.

**¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos?**

FAMILIARES EN CORABASTOS	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	5 PERSONAS	4 PERSONAS	9 PERSONAS
NO	6 PERSONAS	5 PERSONAS	11 PERSONAS
	TOTAL 11 PERSONAS	TOTAL 9 PERSONAS	20 PERSONAS

**¿Vista Corabastos por algun familiar?**

RECOMENDADO EN CORABASTOS	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	3 PERSONAS	1 PERSONAS	4 PERSONAS
NO	8 PERSONAS	8 PERSONAS	16 PERSONAS
	TOTAL 11 PERSONAS	TOTAL 9 PERSONAS	20 PERSONAS

Tabla 5 - Relaciones familiares con frecuencia de visita en Corabastos.



Figura 29 - Relaciones familiares o sociales en Corabastos - Fuente: Elaboración propia.

En esta parte las preguntas estaban enfocadas a indagar sobre alguna relación familiar que los haya vinculado laboralmente en Corabastos o si por el contrario, habían llegado a la plaza de mercado por recomendación de alguno de los mismos; en la primera parte si tiene familiares en Corabastos trabajando, la respuesta más recurrente fue no con un total de 11 personas distribuidas en 6 hombres y 5 mujeres, siendo las anteriores respuestas las más recurrentes entre hombres y mujeres. En el segundo cuadro se puede apreciar las respuestas concernientes a la invitación de un familiar que lo haya llevado o recomendado ir a Corabastos, la respuesta más recurrente fue no con un total de 16 personas distribuidas en 8 hombres y 8 mujeres, siendo estos las respuestas más altas en ambos géneros. Cabe aclarar que en este aspecto varios de los comerciantes que accedieron a realizar el ejercicio de mapeo, manifestaron en forma oral que muchos habían llegado por recomendación por algún amigo o conocido y prácticamente entraron a laborar allí por la cercanía que se tiene con el campo siendo recomendados o ayudados por otros comerciantes a vincularse laboralmente a la plaza de mercado en Bogotá.

**¿Lee algún periódico o revista?**

LEER PERIÓDICO Y/O REVISTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	8 PERSONAS	5 PERSONAS	13 PERSONAS
NO	3 PERSONAS	4 PERSONAS	7 PERSONAS
	TOTAL 11 PERSONAS	TOTAL 9 PERSONAS	20 PERSONAS

**¿Escucha alguna emisora?**

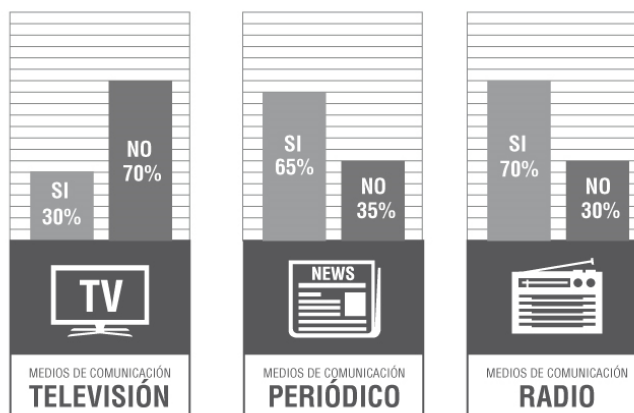
ESCuchar EMISORA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	9 PERSONAS	5 PERSONAS	14 PERSONAS
NO	2 PERSONAS	4 PERSONAS	6 PERSONAS
	TOTAL 11 PERSONAS	TOTAL 9 PERSONAS	20 PERSONAS

*Tabla 6 - Medios de comunicación en relación con comerciantes de Corabastos.*

**¿Ve algún programa de televisión?**

VER TELEVISIÓN	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	3 PERSONAS	3 PERSONAS	6 PERSONAS
NO	8 PERSONAS	6 PERSONAS	14 PERSONAS
	TOTAL 11 PERSONAS	TOTAL 9 PERSONAS	20 PERSONAS

*Figura 30 - Preferencia de los medios de comunicación en Corabastos - Fuente: Elaboración propia.*



Finalizando la parte de preguntas básicas, se puede apreciar la intención de indagar acerca de los gustos referentes a prensa, radio y televisión por parte de los comerciantes; en un primer momento se preguntó si leía algún tipo de periódico y/o revista, a lo cual la pregunta más recurrente fue si con 13 personas en total, distribuidas en 8 hombres y 5 mujeres, teniendo como predilección el diario El Espacio con 6 personas, seguidos por los periódicos Quibo y El Tiempo con 3 personas cada uno. El segundo cuadro contiene información referente a gustos por alguna emisora de radio, lo cual tuvo un total de 14 personas que respondieron si, distribuidas en 9 hombres y 5 mujeres, teniendo como mayor denominador la emisora Candela con 6 personas que manifestaron su agrado a la misma seguida de las emisoras Radio Uno y Radio Recuerdo con 3 personas cada uno.

El último cuadro contiene información referente a gustos por algún programa de televisión determinado, obteniendo una mayor respuesta en el no con 14 personas, distribuidas en 8 hombres y 6 mujeres, siendo 6 personas no más las que manifestaron ver algún tipo de programa de televisión de entretenimiento y/o de noticias. A continuación se desglosarán y analizarán las 10 preguntas específicas concernientes al tema de basuras y desechos orgánicos en Corabastos, vinculadas directamente con el proyecto a tratar, cabe aclarar que algunas veces en alguna preguntas las personas marcaron dos opciones debido a que las dos opciones se les hacía pertinentes de marcar, la idea era que las personas encuestadas se apropiaran del tema y del ejercicio lo cual da un buen síntoma de participación e interés en el mismo por parte de los encuestados.

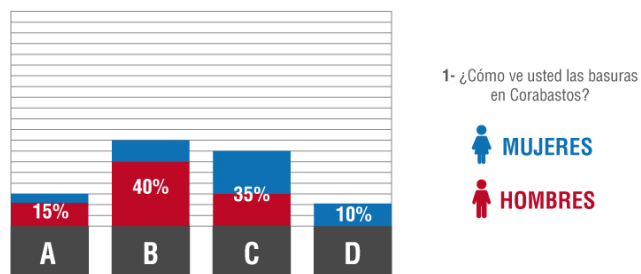


Figura 31 - Gráfica primera pregunta, segmentación por género  
- Fuente: Elaboración propia.

#### 1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?

- A** Como una problemática principal
- B** Como un desorden organizacional
- C** Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos
- D** Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

OPCIONES DE RESPUESTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
A	2 PERSONAS	1 PERSONAS	3 PERSONAS
B	6 PERSONAS	2 PERSONAS	8 PERSONAS
C	3 PERSONAS	4 PERSONAS	7 PERSONAS
D	0 PERSONAS	2 PERSONAS	2 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

Tabla 7 - Percepciones de las basuras en Corabastos.

En la pregunta número 1 estaba orientada a indagar por la percepción de las basuras por parte de los comerciantes, en la cual se obtuvo una mayor inclinación por la respuesta catalogada para este análisis como “B como un desorden organizacional”, con un total de 8 personas distribuidas en 6 hombres y 2 mujeres, la respuesta más recurrente en los hombre fue “B como un desorden



organizacional” con 6 hombres, mientras que en las mujeres fue la respuesta “C como algo indeseable de ver en Corabastos” con un total de 4 mujeres.

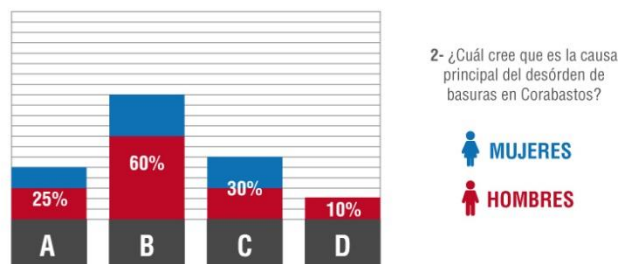


Figura 32 - Gráfica de pregunta 2, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?

- A Falta de métodos de recolección de basuras
- B Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes
- C Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes
- D Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

Opciones de Respuesta	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
A	3 PERSONAS	2 PERSONAS	5 PERSONAS
B	8 PERSONAS	4 PERSONAS	12 PERSONAS
C	3 PERSONAS	3 PERSONAS	6 PERSONAS
D	2 PERSONAS	0 PERSONAS	2 PERSONAS
	<b>TOTAL 16 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 25</b>

Tabla 8 - Razones del desorden de las basuras en Corabastos.

En la pregunta número 2 la preocupación principal a plantear fue la causa que el encuestado creía que era la principal generadora de basuras en Corabastos, la respuesta más recurrente fue la “B Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes”, con un total de 12 personas distribuidas en 8 hombre y 4 mujeres, siendo esta la respuesta más recurrente en ambos géneros, esta fue de las pocas preguntas que tuvo solo una opción marcada por los comerciantes, teniendo muy en claro la necesidad de las canecas en la plaza de mercado.

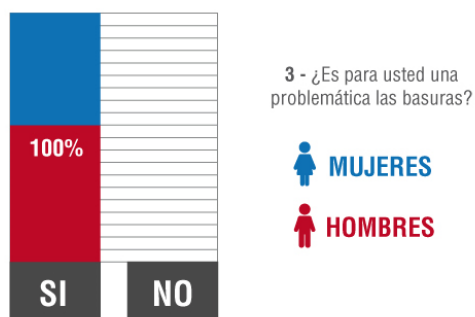


Figura 33 - Gráfica pregunta 3, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?

- A Si
- B No

Opciones de Respuesta	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	11 PERSONAS	9 PERSONAS	20 PERSONAS
NO	0 PERSONAS	0 PERSONAS	0 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

Tabla 9 - Percepciones de la problemática en Corabastos.

En la pregunta número 3 se averigua en los comerciantes, si creían que las basuras era una problemática, planteada esta pregunta de una manera muy breve y puntual con dos posibles respuestas, obteniendo como respuesta unánime un si en el total de los encuestados y en la totalidad de las personas, es decir 11 hombres y 9 mujeres.

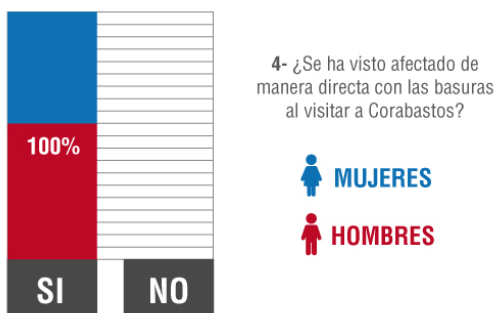


Figura 34 - Gráfica pregunta 4, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?

- A** Si  
**B** No

OPCIONES DE RESPUESTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	11 PERSONAS	9 PERSONAS	20 PERSONAS
NO	0 PERSONAS	0 PERSONAS	0 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

Tabla 10 - Afectaciones de la problemática los comerciantes en Corabastos – Fuente: Elaboración propia.

La pregunta número 4 tenía como intención de medir el grado de afectación directa de los comerciantes con las basuras en su desarrollo laboral, obteniendo un resultado unánime en todos los encuestados en un si con un total de 20 personas conformadas en 11 hombres y 9 mujeres.

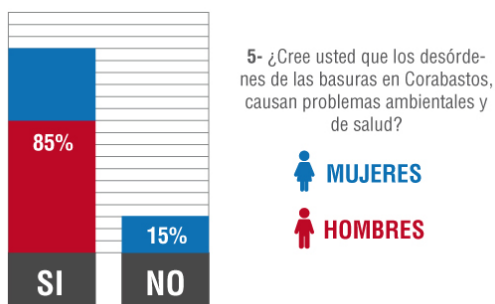


Figura 35 - Gráfica pregunta 5, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?

- A** Si  
**B** No

OPCIONES DE RESPUESTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	11 PERSONAS	6 PERSONAS	17 PERSONAS
NO	0 PERSONAS	3 PERSONAS	3 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

Tabla 11 - Problemas ambientales de las basuras en Corabastos.

En la pregunta número 5 los encuestados opinaron sobre, si creían que las basuras podían causar problemas ambientales y de salud, obteniendo un resultado mayor en la respuesta “si” con un total de 17 personas constituidas en 11 hombres la totalidad de encuestados de este género y 6 mujeres la mayor cantidad de mujeres en esta respuesta, teniendo en cuenta que fueron 9 mujeres las encuestadas, en esta pregunta hubo un poco de confusión entre los participantes del ejercicio.

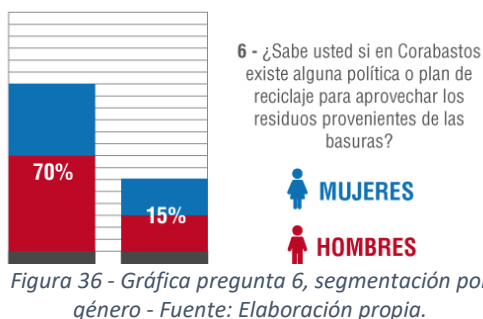


Figura 36 - Gráfica pregunta 6, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?

- A** Si  
**B** No

OPCIONES DE RESPUESTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
SI	8 PERSONAS	6 PERSONAS	14 PERSONAS
NO	3 PERSONAS	3 PERSONAS	6 PERSONAS
	<b>TOTAL 11 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 9 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 20 PERSONAS</b>

Tabla 12 - Repercusiones de las basuras en Corabastos.

La pregunta número 6 buscaba saber si los participantes del ejercicio, en este caso los comerciantes, sabían de algún método o proyecto de aprovechamiento de las basuras dentro de Corabastos; la respuesta más recurrente fue si con un total de 14 personas, distribuidas en 8 hombres y 6 mujeres, siendo estas las respuestas de mayor recurrencia en ambos géneros; posteriormente se realizará el análisis de cada una de las respuestas pero de antemano se aclara que la mayoría manifestaba saber que se hacía algo con las basuras después de ser recogidas dentro de Corabastos pero con exactitud ninguno de los encuestados tenía certeza de lo que se hacía con las mismas, sólo daban coordenadas o posibles ubicaciones donde se almacenan las basuras en grandes cantidades dentro de Corabastos.

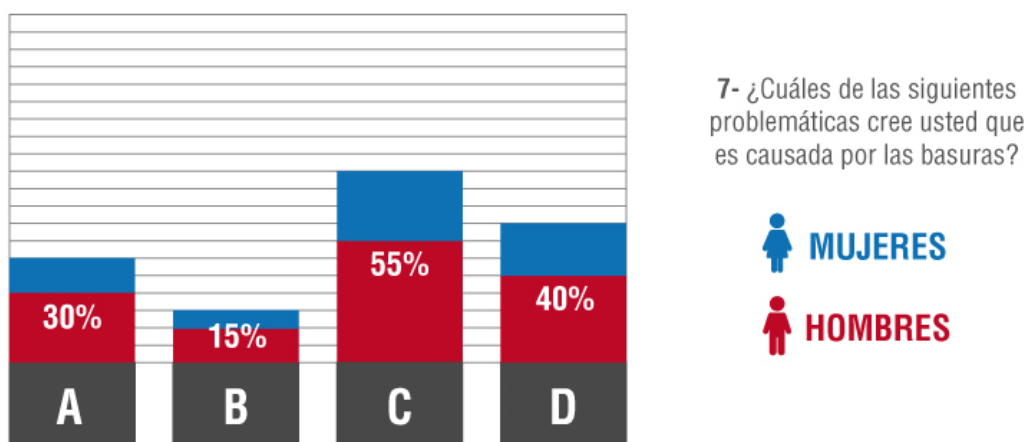


Figura 37 - Gráfica pregunta 7, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

- A** La delincuencia
- B** La venta de sustancias psicoactivas
- C** La mendicidad
- D** La desigualdad social mercado

OPCIONES DE RESPUESTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
A	4 PERSONAS	2 PERSONAS	6 PERSONAS
B	2 PERSONAS	1 PERSONAS	3 PERSONAS
C	7 PERSONAS	4 PERSONAS	11 PERSONAS
D	5 PERSONAS	3 PERSONAS	8 PERSONAS
	<b>TOTAL 18 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 10 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 28</b>

Tabla 13 - Sensaciones percibidas procedentes de las basuras en Corabastos.

La pregunta número 7 es concerniente a las problemáticas que causa las basuras, es así como se encontró una mayor inclinación por la respuesta “C la mendicidad”, con un total de 11 personas distribuidas en 7 hombres y 4 mujeres, siendo estas las respuestas de mayor recurrencia por género en cada uno, en esta pregunta algunos de los encuestados manifestó de antemano si podía marcar más de una opción a lo cual se accedió, modificando el resultado total de respuestas, también muchos de ellos hablaron sobre prácticas que se están llevando a cabo hace ya varios años con la basuras en Corabastos, debido a que el aumento muchas veces de las basuras no es por parte de los comerciantes sino por parte de particulares que no laboran o comercian allí que llevan residuos y los botan en las zonas comunes de Corabastos, más adelante se desglosara y analizara dicha información.

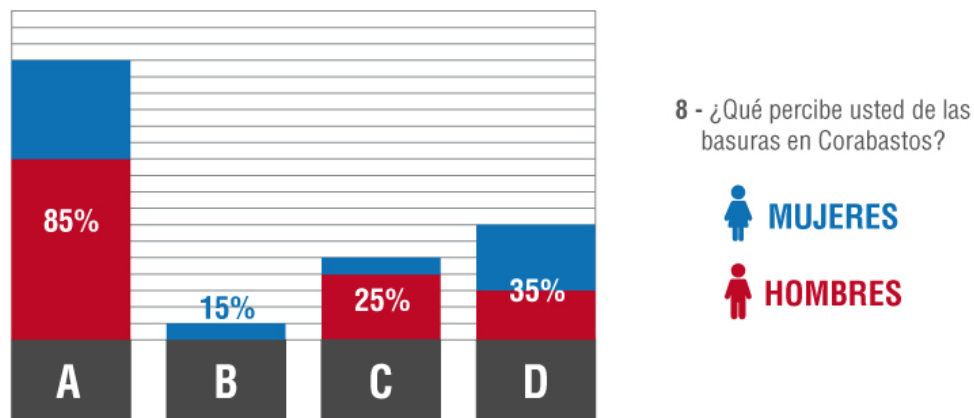


Figura 38 - Gráfica pregunta 8, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

#### 8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?

- A** Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado
- B** El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales
- C** La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos
- D** Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

OPCIONES DE RESPUESTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
A	11 PERSONAS	6 PERSONAS	17 PERSONAS
B	1 PERSONAS	0 PERSONAS	1 PERSONAS
C	4 PERSONAS	1 PERSONAS	5 PERSONAS
D	3 PERSONAS	4 PERSONAS	7 PERSONAS
	<b>TOTAL 18 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 10 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 30</b>

Tabla 14 – Percepciones puntuales de las basuras en Corabastos.

La pregunta número 8 está orientada a conocer por la percepción puntual de las basuras que tienen los comerciantes de Corabastos buscando entender el nivel de afectación que estas tienen sobre su actividad cotidiana, la cual tuvo una mayor inclinación a la respuesta “A” los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado”, conformada dicha respuesta por 11 hombres y 6 mujeres siendo estas las de mayor inclinación por género, cabe destacar que acá los encuestados marcaron más de una opción debido a que una sola respuesta no les parecía suficiente y algunos de los participantes en este ejercicio contaban cosas aparte como las plagas que se generan a partir del desorden de basuras, la movilidad entre las bodegas, entre otros factores que posteriormente se les pregunto en este ejercicio, en alguno casos, manifestaban haber conocido casos de enfermedades respiratorios y accidentes causados por los desechos en Corabastos.

En esta pregunta se obtuvo la segunda mayor cantidad de marcas posibles entre los encuestados lo cual, permite establecer un patrón de relevancia e interés por parte de los encuestados, en las posibilidades establecidas para resolver dicha pregunta.

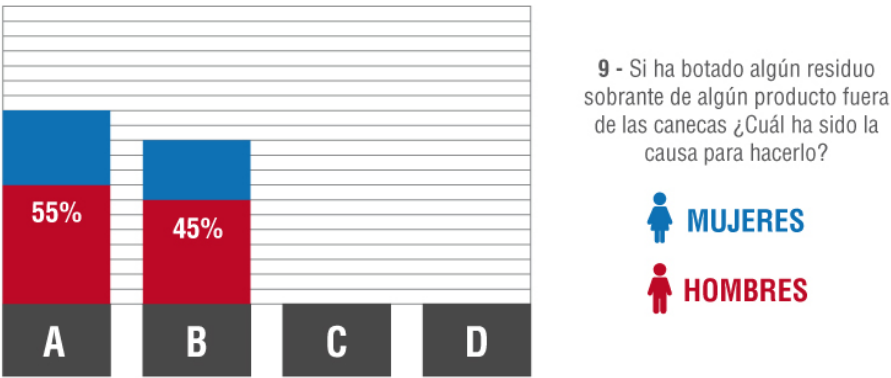


Figura 39 - Gráfica pregunta 9, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?

- A Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma
- B Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura
- C Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas
- D Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

OPCIONES DE RESPUESTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
A	8 PERSONAS	5 PERSONAS	13 PERSONAS
B	7 PERSONAS	4 PERSONAS	11 PERSONAS
C	0 PERSONAS	0 PERSONAS	0 PERSONAS
D	0 PERSONAS	0 PERSONAS	0 PERSONAS
	TOTAL 15 PERSONAS	TOTAL 9 PERSONAS	TOTAL 24

Tabla 15 - Acciones de los comerciantes frente a las basuras en Corabastos.

La pregunta número 9 hacía referencia a si la persona encuestada ha botado algún desecho o basura fuera de las canecas, ¿cuál fue la causa?, la respuesta de mayor marcación fue “A Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma”, con un total de 13 personas, distribuidas en 8 hombres y 5 mujeres, siendo estas las de mayor inclinación por género en la pregunta, se destaca que en esta pregunta los hombres marcaron más de una opción en esta pregunta.

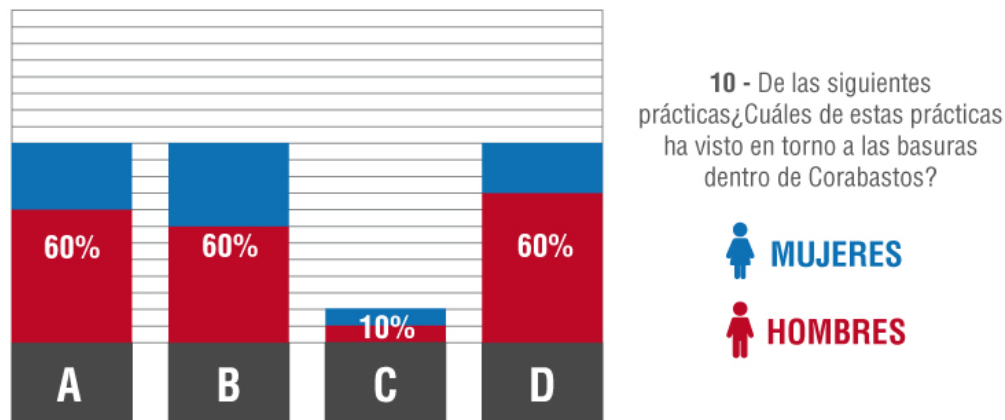


Figura 40 - Gráfica pregunta 10, segmentación por género - Fuente: Elaboración propia.

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

- A** Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización
- B** Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores
- C** Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado
- D** Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos

OPCIONES DE RESPUESTA	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
A	8 PERSONAS	4 PERSONAS	12 PERSONAS
B	7 PERSONAS	5 PERSONAS	12 PERSONAS
C	1 PERSONAS	1 PERSONAS	2 PERSONAS
D	9 PERSONAS	3 PERSONAS	12 PERSONAS
	<b>TOTAL 25 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 13 PERSONAS</b>	<b>TOTAL 38</b>

Tabla 16 - Otras problemáticas enlazadas con las basuras en Corabastos.

La pregunta número 10 hace referencia a las prácticas que se realizan alrededor de las grandes acumulaciones de basuras en Corabastos, es así como se encontró una mayor inclinación en la respuesta “A Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización”, “B Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes por parte de menores de edad y adultos mayores” y “D Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos”, cada una con un total de 12 personas, las de mayor inclinación por genero fueron la respuesta ”D” para los hombre con 9 marcas y para las mujeres fue la “B” con 5 marcas en dicha respuesta, en esta pregunta se marcó más de una vez en la mayoría de los participantes del ejercicio debido a que manifestaban verbalmente que casi todas se presentaban en la plaza de mercado.

En cuanto al ejercicio del mapeo (Ver Anexo 3), se pueden obtuvieron elecciones recurrentes concernientes a los elementos a identificar, sugeridos para que los encuestados marcaran en el mapa; es así como se pudieron identificar elementos tales como:

- Marcar de color azul el recorrido que realiza el encuestado al entrar y salir de Corabastos.
- Marcar de color negro el lugar donde trabaja y/o realiza su actividad comercial.
- Marcar de color café el lugar de la plaza de mercado donde el encuestado aprecia mayor desorden de basuras.
- Marcar de color verde el lugar más aseado que el encuestado cree que es el más limpio en Corabastos.
- Marcar de color rojo el lugar donde el encuestado consume y/o compra sus alimentos para consumo diario.
- Marcar de color violeta el lugar donde el encuestado hace uso de las canecas de las dentro de Corabastos.

En este aspecto es complicado hacer un conteo o una estadística acerca de los elementos marcados en el mapa, que hacen que un comerciante, tome una determinada decisión acerca del camino o la rutina a realizar en su actividad laboral, por consiguiente y a continuación se procederá a identificar los elementos comunes y recurrentes, concernientes a cada uno de los ítems, anteriormente expuestos para el ejercicio de mapeo incluido en la encuesta; el desarrollo de marcas y lecturas hechas por los participantes del ejercicio, no tuvo mayores contratiempos, sin embargo en la orientación del mapa hubo que hacer una pequeña inducción para que lo interpretaran de una manera correcta, indicándoles en el mapa sectores reconocibles para las personas que frecuentan Corabastos.

En el primer ítem expuesto, se pregunto acerca de los puntos de entrada y salida más recurrentes de los encuestados; se solicitó que marcaran sobre el mapa de color verde con una línea dichos recorridos, es así como se encuentra que la mayor recurrencia de entrada y de salida de los encuestados, se da por las entradas número 1, 2, 3, 4 y 8, siendo las de mayor concurrencia las entradas 1 y 7, posteriormente se entrara a analizar de acuerdo a la agenda de campo y el registro fotográfico, las causas por las cuales los encuestados prefieren dichas puertas para entrar y/o salir de Corabastos.

La segunda inquietud, hacía referencia al lugar de trabajo y/o frecuencia donde el visitante o comerciante permanecía más tiempo o tenía su puesto de trabajo; los lugares con mayor desplazamiento o visita fueron las bodegas, 24, 25, 29 y las bodegas de plátanos, siendo las de mayor visita o recurrencia las bodegas 24 y 29; hay que aclarar que los 20 encuestados seleccionados, se buscó que fueran de distintos puntos de la plaza de mercado y de diferentes bodegas, por consiguiente se buscaba destacar sus percepciones y sus elecciones en el entorno en los diferentes ítems que se están desarrollando en este punto del proyecto.

El punto número tres invitaba a marcar en el mapa, el lugar que cada una de las personas encuestadas, creía que podía ser el de mayor desorden y desaseo dentro de Corabastos, identificando las siguientes concordancias en las marcas establecidas sobre el mapa de la plaza de mercado, entre las bodegas 29, 26, 22, 21 y 11, se encontraron la mayor cantidad de marcas en los mapas recolectados en las entrevistas, siendo las bodegas 29 y 22 las de mayor cantidad de marcas entre los encuestados.

El punto número cuatro, hacía referencia al lugar más aseado y agradable en Corabastos para cada uno de los encuestados, es así como se puede apreciar una inclinación de preferencia sobre las bodegas, 1, 2, 3 y 15, así como en la zona de parqueaderos y administrativas ubicadas dentro de la plaza de mercado, las de mayor predilección marcadas en el mapa fueron la bodega 3 y la zona administrativa de la plaza de mercado de Corabastos muy cerca de la zona bancaria; cabe recordar que la marca correspondiente a este punto era el color verde.

El quinto punto indagaba acerca de los lugares donde consumía o compraba alimentos preparados dentro de la plaza de mercado de Corabastos, se pidió que se indicara con una marca de color rojo dicho punto en el mapa predispuesto para este ejercicio; es así como se obtuvo una mayor cantidad de marcas en las bodegas 11, 12, 29 y la bodega mayorista, siendo las de mayor recurrencia las bodegas 12 y mayorista. Por último, se solicitó que los encuestados marcaran de color violeta el



lugar donde ellos hacían uso de las canecas para desechar alimentos en descomposición o residuos provenientes de otros productos o alimentos; los de mayor aporte en marcas fueron las aproximaciones de las bodegas 24, 25, 29 y mayorista, siendo las de mayores marcas, las marcas hechas en las bodegas 25 y 29.

#### **4.7 – Fase 4 - Modelos de elección y selección de los comerciantes**

Al definir algunas de las recurrencias y/o tendencias de elección y selección en lo comerciantes a la hora de desarrollar su rutina en Corabastos; es necesario observar como es la rutina en general de la plaza de mercado en un día laboral normal, para cualquiera de las personas que trabaja o visita Corabastos. La intención es identificar de una manera rápida esta rutina en el diario vivir de la plaza de mercado de Corabastos interpretando lo que los comerciantes manifiestan como una cotidianidad larga y dura, basada en la agilidad, la inmediatez, el afán y demás, que juegan un papel importante en la comercialización de productos en las instalaciones de la plaza de mercado.

Por otra parte los horarios juegan un papel importante en Corabastos, debido a que las transacciones comerciales tienen sus horarios, es decir, los grandes, medianos y pequeños negocios tienen sus horarios dentro de las instalaciones de Corabastos, al igual que la cantidad al comprar; a las dos de la mañana va a ser muy complicado ir a comprar un solo bulto de papa o de mazorca a grandes comerciantes.

La gráfica que a continuación se pretende exponer, fue una síntesis de las varias visitas propuestas en la parte investigativa de este proyecto; dichas visitas se realizaron a distintas horas en Corabastos y en un lapso de tiempo de seis meses, sobre los cuales se desarrolló una agenda de campo, acompañado de un registro fotográfico y el ejercicio de mapeo implementado para obtener datos que en este mismo momento se están vinculando al proyecto. Existieron algunas variables a lo largo del desarrollo de dicha gráfica, debido a que en la parte peatonal de Corabastos se realizaron múltiples adecuaciones para mejorar la movilidad y la accesibilidad para peatones y transportadores a la plaza de mercado de Corabastos, en ese lapso de momento converge la investigación de campo y el registro del mismo, es por eso que se destacaron aspectos esenciales que delimitan por horas las diferentes actividades y la recurrencia de las mismas en la jornada comercial de la plaza.

Como se podrá apreciar en la gráfica a continuación, están ubicados los momentos más significativos en el desarrollo comercial en Corabastos, lo primero a destacar es la continuidad en el flujo de trabajo que puede llegar a tener un comerciante, debido a que desde que llegan, el surtir

las bodegas o los puestos de comercio es una prioridad y una necesidad vital para poder ofrecer posteriormente a los pequeños, mediano y grandes compradores los productos, frescos, accesibles y organizados y listos para ser trasladados al correspondiente camión o zorra sobre la cual se han de movilizar para salir de la plaza de mercado.

Otro elemento destacable es la larga jornada laboral que lleva un comerciante en Corabastos, esto justificaría las recurrencias en las rutas marcadas por los comerciantes en el ejercicio de mapeo, debido a que buscan practicidad y agilidad en las cosas para poder llegar a descansar o ir a realizar alguna diligencia, por eso es constante la entrada y salida de los comerciantes participantes en el ejercicio, identificados con los números uno, dos y siete (Ver Anexo 3); las entradas uno y dos llevan a la estación de Transmilenio de la Traversal 86 y a la Avenida las Américas; la entrada número siete lleva a la Avenida Ciudad de Cali, siendo estos los lugares de mayor afluencia vehicular para todas las partes de la ciudad; también es entendible que es difícil moverse de los puestos de trabajo debido a la gran actividad que se tiene en la plaza de mercado, muchos de los comerciantes empiezan su descanso desde las ocho o nueve de la mañana.

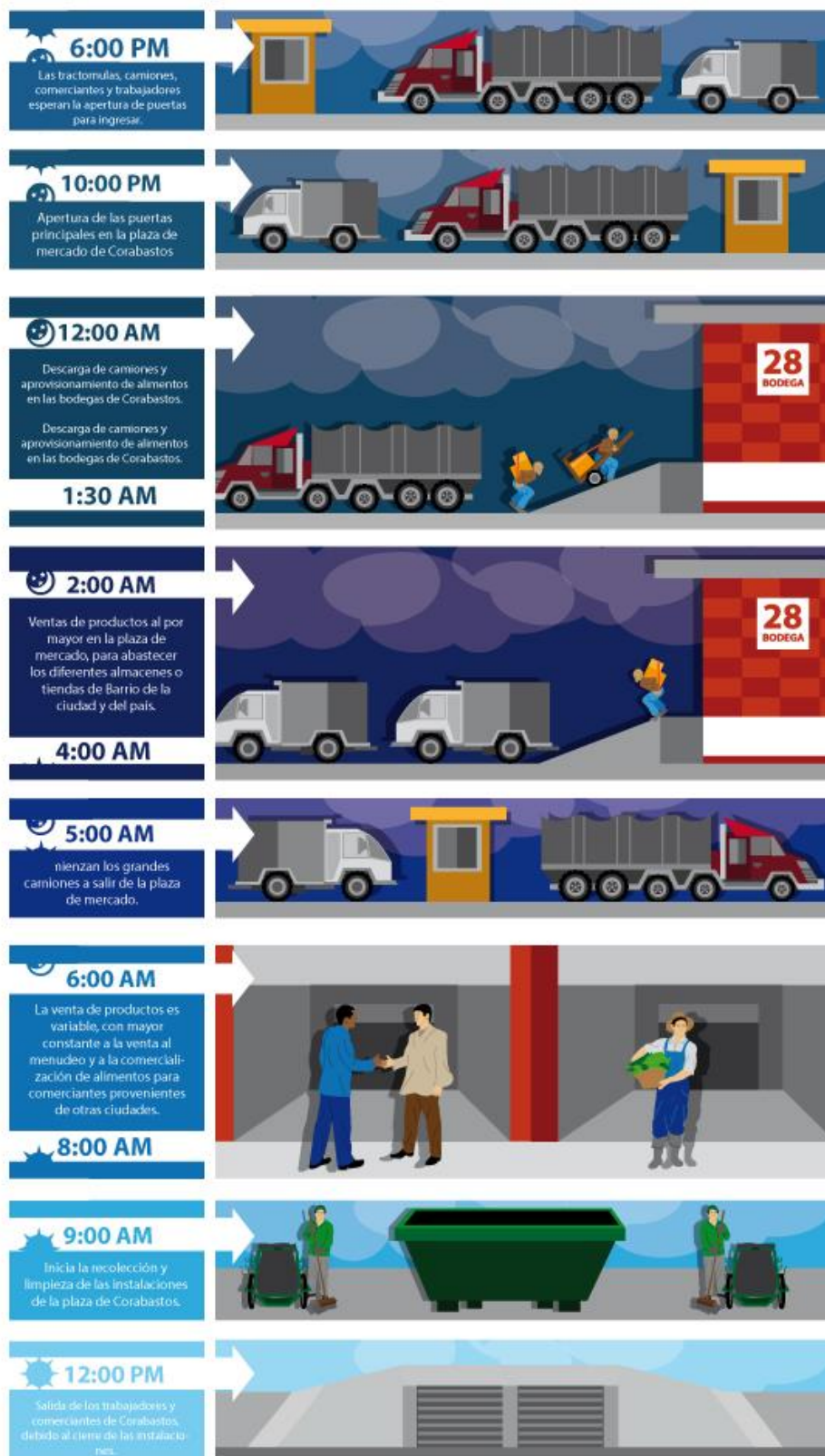


Figura 41 - Gráfica representativa de la rutina de la actividad laboral diaria en Corabastos.

Los elementos anteriormente expuestos en la gráfica, sirven para ratificar ciertas cualidades detectadas en la investigación sobre los comerciantes de Corabastos, encontrando por un lado, a personas que prefieren las cosas inmediatas y bien hechas, es decir les gusta hacer las cosas puntuales, precisas y concisas, que les permita además, tener una funcionalidad y un beneficio que permita a los comerciantes prestar atención a cambio de algún tipo de valor agregado; orientando la propuesta de comunicación sobre estos términos anteriormente ratificados. Por otra parte es necesario cruzar la información de horarios y jornadas en Corabastos con las respuestas obtenidas por el ejercicio de mapeo realizado con algunos comerciantes de Corabastos:

PREGUNTAS MAS RECURENTES EN RESPUESTAS DE ENCUESTA	
1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?	R/ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos
2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?	R/ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes
3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?	R/ Si
4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?	R/ Si
5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?	R/ Si
PREGUNTAS MAS RECURENTES EN RESPUESTAS DE ENCUESTA	
6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?	R/ Si
7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?	R/ La mendicidad
8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?	R/ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado
9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?	R/ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma
10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?	R/ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización R/ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores R/ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos

Figura 42 - Respuestas recurrentes en el mapeo y encuesta realizada en la plaza de mercado.

Gracias a la obtención de dichos datos extraídos en el ejercicio de mapeo es correcto decir que, en las jornadas laborales en Corabastos, la afectación de las basuras en las actividades comerciales es alta, debido a que en una primera instancia se puede identificar una necesidad de solución a las basuras que facilite métodos de recolección más eficaces que hagan más productiva la plaza de mercado; hay de cierta manera una conciencia acerca de los múltiples daños que el desorden y el mal uso de las basuras puede causar efectos negativos en las instalaciones de la plaza, por parte de los comerciantes, sin embargo no dimensionan en su totalidad los daños, sociales, ambientales, comerciales y demás que conllevan los desechos orgánicos, la mayoría de participantes en el ejercicio, respondieron de manera unánime que las basuras son un problema, que ha afectado su actividad comercial y personal, y que ha conllevado a que se proliferen ciertas problemáticas sociales, entre las cuales muchos de los participantes del ejercicio manifestaron que muchas personas ajenas a la plaza de mercado, frecuentan la plaza de mercado para dejar grandes

cantidades de basuras aprovechando el desorden organizacional de la plaza de mercado; y que aun más preocupante es la actitud pasiva de los comerciantes frente a dicha problemática principalmente por temor a lo que pueda pasar si se llega a hablar acerca del tema, por otra lado la parte administrativa de Corabastos planifica los controles de basuras y desechos orgánicos sin tener en cuenta a los comerciantes; varios de los participantes en el mapeo manifestaron hacer una clasificación de los alimentos en sus puestos de trabajo y buscaban brindar un mejor futuro a dichos alimentos que están a punto de perder su vida útil.

De la pregunta siete a la diez, hubo opiniones encontradas debido a que las percepciones de las basuras provienen de un sin número de problemáticas a afrontar, a lo cual ellos encuentran razones diversas como la falta de canecas que permitan almacenar más cantidad de basura, otra es porque quieren que las canecas estén más a la mano de los comerciantes, que estén en el momento indicado a la hora indicada; lo cual ellos definen como problemas administrativos y organizacionales. De acuerdo a lo observado y registrado en la agenda de campo, es necesario aclarar que si bien, la falta de canecas y el desconocimiento por parte de las personas acerca de qué hacer con las basuras y con los desechos orgánicos es la principal causa de basuras esparcidas por toda la plaza de mercado, en otros casos se puede decir que en la gran mayoría, los más jóvenes que trabajan desgranando arvejas prefieren botar al andén las cascara de la arveja, demostrando una falencia de principios y sentidos de pertenecía en dichas prácticas erróneas.

En el mapeo se puede apreciar que los modos de elección también esta delimitados por la ruta sobre la cual ingresa y sale el comerciante, se puede apreciar en varios de los mapas desarrollados (Ver Anexo 3), que los puntos sobre los cuales hacen uso de las canecas o compran y consumen alimentos, está a máximo media o una bodega de distancia con respecto al lugar de trabajo, como se escucha algunas veces en el adagio popular “la cuestión es de hambre”, y eso es lo que aplican los comerciantes muchas veces, calmar el hambre sin importar las condiciones higiénicas o de conservación de los alimentos preparados, en un recorrido corto de tiempo y desplazamiento.

Es entendible que el alto flujo comercial sobre el cual se desenvuelve un comerciante es complicado de regular, debido a que el afán de concretar negocios es indispensable para poder sobrevivir y mantener el puesto de trabajo, pero también es falta de enseñar, informar y vincular a los comerciantes en un proceso de recolección de alimentos en descomposición adecuado y a un modelo de recolección de basuras en donde se garanticen espacios de recolección adecuados para la cantidad de desechos orgánicos y basuras provenientes de los diferentes puestos que conforman la plaza de mercado. Es así como en este aspecto se puede concluir que un comerciante debe escoger entre una cosa y otra, es decir, entre la practicidad y la facilidad con la cual dicha estrategia, elemento, proceso y demás, optimiza sus procesos comerciales y facilita su labor diaria en el puesto de trabajo.

#### **4.8 – Fase 4 - Interpretación de datos y definición de piezas a diseñar**

La interpretación de los datos están dadas por tres situaciones o aspectos que juegan un papel fundamental en el producto a desarrollar y de estas mismas depende la eficacia y funcionalidad de la misma.

Estos aspectos a destacar como pilares fundamentales para plantear, proponer y realizar un producto gráfico, están filtrados a través de lo que en los puntos anteriores se han desarrollado en la parte de investigación, identificando los modos de seleccionar y reaccionar frente a la problemática de los desechos orgánicos en Corabastos y de las basuras por parte de los comerciantes, es decir cómo reaccionan frente a una gráfica sobre la cual se exponen diariamente, cómo reaccionan a un estímulo auditivo o a un material audiovisual, qué reacción tienen frente a las canecas de basuras y las problemáticas que están conllevan entorno a las mismas que como en reiteradas ocasiones se han vinculado al proyecto una y otra vez.

Como primera instancia es importante tener en claro que para los comerciantes la inmediatez y la practicidad deben ser pilares de la pieza a implementar, que pueda llegar a ser sencilla, de rápido uso, de fácil transporte, que no presente ningún obstáculo en su desarrollo laboral, que no haga perder tiempo, ni espacio, ni movilidad; la segunda condición sobre la cual hay que evaluar los modelos de selección y acción con respecto a la problemática, es la funcionalidad, debe tener un valor agregado funcional para la actividad comercial, que permita hacer parte del mundo o de la actividad del comerciante, haciéndola indispensable para su rutina diaria.

Por último y como tercer ítem a evaluar, basados en los datos adquiridos, es el sentido de pertenencia, de propiedad y de identidad que se debe generar de manera integral con el comerciante, como se mencionó anteriormente, si es algo que genera agrado por su color, forma, tamaño, relación cognitiva y/o sensitiva, por más antiguo, desgastado o mal realizado, va perdurar y a permanecer tanto en el puesto de trabajo como con el comerciante; es en este punto donde el apego emocional de los comerciantes está delimitado por elementos populares, rurales y naturales que inconscientemente, hacen cada vez más a la plaza de mercado en una parte del campo dentro de la ciudad, dadas las condiciones de procedencia de las mayoría de los comerciantes, muchas de las elecciones gráficas, estilísticas y demás remontan mucho a la parte del campo, sea por ritmos musicales, por creencias religiosas o por tradiciones familiares y/o culturales, persisten en la forma de ser de los comerciantes; permitiendo al proyecto extraer dichos elementos y aplicarlos los productos a proponer, es así como a continuación y de acuerdo a lo anteriormente mencionado en esta parte del proyecto se procederá a realizar un listado de las posibles piezas a proponer como

solución a la problemática de las basuras y de los desechos orgánicos, teniendo en cuenta puntos clave, tales como lo son el grado de alcance, la funcionalidad y la aplicación de los aspectos mencionados anteriormente:

<b>POSIBLES PIEZAS A PLANTEAR</b>	
<b>INTERNAS - USO PERSONAL</b>	<b>EXTERNAS - USO PÚBLICO GENERAL</b>
<p>ESFEROS</p> <p>AGENDAS O CUADERNOS</p> <p>FACTUREROS Y/O VALES</p> <p>IMÁGENES RELIGIOSAS / AFICHES RELIGIOSOS</p> <p>TOALLAS Y/O BALLETTILLAS</p> <p>MARCADORES</p> <p>CHALECOS O CHAQUETAS</p> <p>CAMISETAS</p> <p>CALENDARIOS</p>	<p>CONTENEDORES (VALDES, JARRAS, BOTELLAS DE AGUA REUTILIZADAS)</p> <p>COSTALES Y/O GUACALES</p> <p>ZORRAS O CARROS DE CARGA PESADA</p> <p>AVISOS EXTERIORES (FUERA DE LAS BODEGAS)</p> <p>IDENTIFICADOR DEL PUESTO DE VENTA</p> <p>CANECAS DE BASURA (INTERNAS Y EXTERNAS DE LAS BODEGAS)</p>

*Tabla 17 – Posibles elementos funcionales para la intervención gráfica.*

## Capítulo 5

### Desarrollo conceptual y gráfico:

#### Definir, Desarrollar y Devolver

En esta parte del documento, y de acuerdo a lo anteriormente expuesto en la metodología proyectual se busca definir y ordenar de una manera coherente los descubrimientos anteriormente obtenidos concernientes a los modelos de selección y elección de los comerciantes, frente a estímulos gráficos e informativos que los rodean en Corabastos, es de esta manera que se tratará de sintetizar las diferentes cualidades que permiten vislumbrar posibles oportunidades de información y construcción frente a las basuras en la plaza de mercado.

Una vez organizadas las ideas concernientes, al modelo de comunicación e incursión en la plaza de mercado, se buscará dar sentido a la perfilación de usuarios anteriormente obtenidas y cómo esto permitirá proponer un producto acorde a las necesidades de los comerciantes de Corabastos de acuerdo a aspectos actitudinales y tradicionales de la central, proponiendo un concepto sobre el cual establecer el discurso informativo acerca de cómo modificar el entorno de las bodegas para mejorar la productividad y las condiciones laborales y comerciales para las personas que frecuentan Corabastos.

#### 5.1 – Definir - Tono de comunicación

El tono de comunicación, se refiere a la forma de comunicarse con los comerciantes mediante el producto a desarrollar, es decir, la manera para tener un grado de familiaridad y de cercanía con el tema a tratar y con ellos, logrando así generar identidad a través de la misma; en este aspecto se pueden citar tres tipos de tonos que permiten estructurarse sobre metáforas visuales como elemento para traducir los códigos seleccionados y hacerlo más cercano a los comerciantes de Corabastos; en primer lugar se puede manejar el *tono emotivo*, caracterizado por utilizar un grado de impacto sutil pero efectivo y la forma en la que puede llegar a afectar al comerciante y las personas que lo vean, esto encaminado a un nivel impacto positivo representado por imágenes alusivas a la familia, al campo, a los animales, a las personas de la tercera edad y niños entre otros, que pueden conllevar a la reflexión y representación de algún comerciante con alguno de los ejemplos mencionados en su vida, sin embargo la trascendencia del mensaje conllevaría otra serie de códigos que deberían acompañar esa propuesta, y para el observador sería un elemento que debería ver con más detenimiento, teniendo en cuenta que la mayoría de las personas no perciben las cosas o las sensaciones de la misma manera.



El segundo tono de comunicación tentativo a utilizar es característico por su *jocosidad* y su sentido del humor, está ligado estrechamente con la parte emotiva, y tiene la particularidad de llegar a las personas de una manera divertida sorprendiendo y rompiendo la rutina que cada persona lleva en su vida diaria, en este aspecto la exploración es variada y es de las que mayor ajuste puede llegar a tener tanto en las piezas tentativas a desarrollar como en el entorno sobre el cual se van a implementar sin llegar a despertar reacciones negativas acerca de un tema determinado y alcanzando un grado efectivo y óptimo de atención para informar a los comerciantes, sobre los riesgos potenciales que las basuras pueden conllevar tanto individual como colectivamente dentro de la plaza de mercado de Corabastos. Esto se encuentra fundamentado en los datos obtenidos en la investigación de campo ya que los comerciantes y el público en general prestan bastante atención a cosas referentes a los chistes o al humor, siendo esta la forma de salir de la rutina.

El tercer tono de comunicación a considerar es el *racional*, enfocado a la parte reflexiva, caracterizado principalmente por el grado de recordación que este puede llegar a alcanzar a través de sus componentes gráficos y como la gente puede llegar a recordarlo, esta puede ser positiva o negativamente dependiendo del grado de cercanía que esta llegue a tener con el comerciante.

## **5.2 - Definir - Proceso conceptual**

En paralelo con el tono de comunicación está la elección de la herramienta que permitirá definir el concepto para el proyecto, en este caso las metáforas visuales; la intención es vincular y proponer gráficas que hablen acerca del tema de una manera inusual para el entorno y su conformación, pero familiar en el lenguaje a usar con los comerciantes, esto se puede llegar a lograr de dos maneras haciendo analogías o símiles a través de una excusa narrativa a implementar; una de estas puede ser hablando sobre personajes o hechos positivos o negativos que han sucedido o convivido en la plaza de mercado, aclarando que hablar sobre estos temas puede llegar a desencadenar grados de conflicto entre los comerciantes o personas involucradas, debido a que como se mencionó en apartes anteriores del documento y de acuerdo a la investigación realizada, las condiciones de seguridad en Corabastos son complejas, por problemáticas como el micro tráfico de sustancias psicoactivas y la gran cantidad de personas que van con malas intenciones a apropiarse de lo ajeno o a estafar a comerciantes y/o compradores potenciales en Corabastos, generando reacciones violentas de una parte y otra.

Otra opción con la cual se generaría cercanía con los comerciantes, es con lo que la gente se apasiona y tiene un dominio reconocible en el mismo, esto se logra a través de temas políticos; en cualquier conversación con alguno de los comerciantes, salen a relucir estos temas, llegando a la conclusión de que la gran mayoría de personas están desilusionadas y decepcionadas por la gestión política, pues siempre ha habido corrupción según ellos, pero no tan descarada como lo es hoy en día, saliendo en la conversación temas como el tratado de paz con los grupos armados, el caso Colmenares, el proceso judicial contra el ex – Alcalde de Bogotá Samuel Moreno, entre otros que muchas veces las personas pasan desapercibidos y que en muchos casos uno se actualiza con los comerciantes de una manera rápida, honesta y completa en el tema.

Los comerciantes de Corabastos, por otra parte son también partidarios de hablar de fútbol, y más específicamente del fútbol colombiano, es un tema que va desde cómo están jugando los torneos locales e internacionales, hasta la actualidad de los jugadores de la selección Colombia y su desempeño en el exterior, expresando su preocupación por que varios jugadores han tenido lesiones, o simplemente su rendimiento no ha sido el mismo después del mundial. El fútbol muchas veces es igual de entretenido de hablar con los comerciantes que hablar de política, son personas que independientemente de su nivel de escolaridad están muy bien informados en estos dos aspectos, lo cual también puede llegar a convertirse en una excusa y una ventaja para el proyecto encaminándolo a la temática de las basuras y el uso de las canecas en Corabastos.

Una tercera opción es la de implementar temas alusivos al campo, haciendo una mezcla de zooformas y/o fitoformas, buscando representar una de las cosas que los comerciantes de Corabastos les agrada y de hecho también están al tanto debido a su grado de cercanía con dicho entorno como se demostró anteriormente en el documento, pues muchos comerciantes consiguen los productos en los pueblos aledaños a Bogotá, negociando el precio a los agricultores directamente, de hecho si por casualidad los compradores van a un determinado puesto de comercio y manifiestan que tal producto esta caro o barato, surge una conversación también interminable acerca de los productos que están o no costosos en la plaza de mercado y su causa, que pueden ser las lluvias, demasiado sol, dificultades de transporte del producto hasta Corabastos, la subida de la gasolina, entre otros.

A continuación de estos tres se sacará un listado de personajes tentativos a implementar y/o ilustrar para implementar en las piezas, teniendo en cuenta los temas específicos que a ellos les agrada o les incomoda en cada tema expuesto anteriormente.

En una primera fase se comenzará a analizar los aspectos políticos a evaluar que van desde el lado positivo, es decir personajes que en el dominio común son reconocidos por sus buenas gestiones y

cercanía con la gente; hasta los más indeseados y poco bien recordados por la gente en general, es así como se encuentran en el siguiente listado:

#### **PERSONAJES DE LA POLÍTICA NACIONAL BIEN RECORDADOS:**

- Álvaro Uribe Vélez (Expresidente de Colombia)
- Eduardo Garzón (Exalcalde de Bogotá)
- Antanas Mockus (Exalcalde de Bogotá)
- Gustavo Rojas Pinilla (Expresidente de Colombia)

#### **PERSONAJES DE LA POLÍTICA NACIONAL MAL RECORDADOS:**

- Samuel Moreno (Exalcalde de Bogotá)
- Gustavo Petro (Alcalde de Bogotá)
- Piedad Córdoba (Exsenadora)
- Juan Manuel Santos (Presidente de Colombia)
- Carlos Moreno de Caro (Diplomático)
- Andrés Pastrana (Expresidente de Colombia)

Del anterior listado la mayoría de los mencionados estuvieron en los dos cargos más importantes de Colombia, recordados por sus buenas gestiones que reconfiguraron una ciudad y un país, o por el contrario destruyendo lo que anteriores gobiernos lograron construir, todo parte del pensamiento colectivo y el ir y venir de cómo entre los mismos ciudadanos se percibe el país y/o la ciudad, debido a que si en una conversación con un comerciante de Corabastos estos personajes de este listado salen al tema de conversación espontáneamente, se pueden encontrar reacciones extremas y hasta un poco sentimentales al recordar momentos alusivos a lo realizado por dicho personaje.

Ahora bien en un segundo listado se puede apreciar como tema central el estudio del fútbol, uno de los temas que también despierta controversia y más aún si se habla del torneo colombiano y del desempeño de un determinado equipo; todo converge al final en la selección Colombia y salen al tema personajes aclamados y otros de muy poco agrado, que son recordados incluso con el pasar de los años, pues se habla de jugadores que hace más de 15 o 20 años dejaron de jugar profesionalmente, así que fue necesario buscar información acerca de los mismos para poder vincularlos al documento y al proyecto como personajes tentativos a implementar, estos son:

## **PERSONAJES DEL FÚTBOL MAL RECORDADOS:**

- Víctor Aristizábal (Exdelantero de la Selección Colombia)
- Stefan Medina (Exlateral Derecho de la Selección Colombia)
- Gerardo Bedoya (Exlateral Izquierdo de la Selección Colombia)
- Luis Alberto García (Exlateral Izquierdo de la Selección Colombia)
- John Viafara (Exvolante de recuperación de la Selección Colombia)
- José Mera (Exdefensor central de la Selección Colombia)
- Jorge Banguero (Exvolante de recuperación de la Selección Colombia)
- Francisco Maturana (Extécnico de la selección Colombia)
- Hernán Darío Gómez (Extécnico de la selección Colombia)
- Javier Álvarez (Extécnico de la selección Colombia)
- Luis Augusto García (Extécnico de la selección Colombia)

## **PERSONAJES DEL FÚTBOL BIEN RECORDADOS:**

- Arnoldo Higuarán (Exdelantero de la selección Colombia)
- Carlos Valderrama (Exvolante de creación de la selección Colombia)
- Faustino Asprilla (Exdelantero de la selección Colombia)
- Giovanni Hernández (Exvolante de creación de la selección Colombia)
- Radamel Falcao García (Delantero de la selección Colombia)
- James Rodríguez (Volante de creación de la Selección Colombia)
- Pablo Armero (Exlateral izquierdo de la selección Colombia)
- Camilo Zúñiga (Ex lateral derecho de la selección Colombia)
- Mario Alberto Yepes (Exdefensor central de la selección Colombia)
- Andrés Escobar (Exdefensor central de la selección Colombia)

- Rene Higueta (Exportero de la selección Colombia)
- Miguel Calero (Exportero de la selección Colombia)
- Oscar Córdoba (Exportero de la selección Colombia)
- José Pekerman (Técnico de la Selección Colombia)

En varias de las visitas realizadas a la plaza de mercado, se logró entablar conversaciones con los comerciantes y trabajadores de la misma para indagar un poco acerca de los temas que mayor interés despiertan en los comerciantes, y se llegó a la conclusión que el fútbol es uno de los fuertes en Corabastos, teniendo en cuenta que el dominio del tema es amplio y que muchos en algunos casos forzaron su tiempo laboral para dedicarle un poco de tiempo a la conversación establecida acerca de algunos jugadores que no son recordados precisamente por su desempeño o su participación fugaz en la selección Colombia, es así como se destacan nombres de jugadores que hace muchos años fueron ídolos de los colombianos y que los jóvenes entre los 15 a los 25 años posiblemente no llegaron a conocer, en fin, conjeturas son las que se pueden seguir sacando una y otra vez; sin embargo es necesario recalcar el interés que hay por el fútbol y por la política entre los comerciantes de Corabastos, llevando a que muchas de las personas se informen mejor e investiguen de una manera consiente y responsable para no quedar perdidos en la conversación.

Por último se propone un tercer listado a analizar, que se basa en la cercanía con el campo y con el entorno sobre el cual ellos se desempeñan, es así como por ejemplo se puede estar hablando de generar figuras zoomorfas o fitoformas que hagan algún tipo de alusión al campo o al medio en el cual se desenvuelven los comerciantes; en una primera instancia se puede plantear una serie de ilustraciones con los alimentos que producen mayor cantidad de desorden en la plaza de mercado, algunos de estos alimentos son extraídos y analizados a partir del diario de campo realizado en la investigación:

#### **POSIBLES ALIMENTOS PARA LA FIGURA RETÓRICA DE PERSONIFICACIÓN:**

- Cebolla larga y cabezona
- Lechuga
- Tomate
- Zanahoria
- Mazorca

- Aguacate
- Papaya
- Plátano

Este listado contiene una cantidad limitada de alimentos que se mencionan por su constante presencia desorganizada en las basuras en la plaza de mercado de Corabastos, pues estos alimentos son los que generan la mayor parte de la contribución a los malos olores y la generación de barro cuando se mezclan con la lluvia dentro de Corabastos y en algunas zonas alrededor de la plaza de mercado; con ello se logra ligar con tono de comunicación que se va a implementar, y así poder definir los bocetos a proponer en este capítulo. A continuación se incluirá una lista tentativa de animales que pueden llegar a tener un grado de cercanía, entre los comerciantes y las basuras:

#### **ANIMALES REFERENTES A LAS BASURAS Y EL ENTORNO:**

- Cucarachas
- Moscas
- Tortugas
- Perros callejeros
- Ratones y/o ratas
- Cerdos
- Caballos
- Buitres o animales de carroña

Estos son los animales más destacados debido a dos características, la primera son animales que se acomodan a las situaciones y en algunos casos sobreviven de los desperdicios de las basuras en general, recolectan y se alimentan de estos logrando así sobrevivir; la segunda cualidad a evaluar es que, de cierta manera son animales que guardan un pequeño o gran lazo con la vida rural, a la cual también los comerciantes de Corabastos admiran y añoran disfrutar, ya sea por un apego emocional o por una sensación de paz y tranquilidad, esta es otra de las posibles ideas a implementar en el proyecto como excusa para poder transmitir la información a los comerciantes y que ellos se apropien de la misma, para que se conviertan en un vehículo de comunicación y así

mismo logre ampliar el rango de acción de la información a todos los comerciantes y visitantes de Corabastos.

Algo muy similar se busca con los personajes desarrollados a base de frutas o verduras, lo que se denominan fitoformas, pues su cercanía con el campo es aún más estrecha que con los animales, y sin embargo hay que tener precaución con la gráfica a desarrollar para que no se entienda como una gráfica para niños de 8 años, en el cual el comerciante se sienta insultado por ese tipo de trato, sabiendo y según lo anteriormente mencionado que son personas que se mantienen al tanto de las novedades de las noticias, que están familiarizados con las gráficas dentro de la plaza de mercado, dado que no se la pasan toda su vida en Corabastos, también escuchan radio, ven las noticias mientras almuerzan o desayunan y entran contacto con panfletos, volantes y demás. Es por ello que el nivel de la gráfica debe ser divertida y madura, que sientan los comerciantes que hacen parte de ellos y que está ahí para ayudarlos, para acompañarlos y hacer el diario laboral más llevadero.

### 5.3 – Definir - Productos gráficos Vs los perfiles de usuario obtenidos



Figura 43 - Elementos susceptibles de intervención gráfica – Fuente: Elaboración propia.

La elección de productos gráficos a implementar deben tener dos aspectos en cuenta al hacer una acertada selección de las misma, lo primero es evaluar el aspecto *persuasivo* con el cual se enfocará la atención del comerciante en el tema; el segundo aspecto es la parte *informativa*, con la cual se pretende que a través de dichos productos se pueda ofrecer información sobre los aspectos negativos que conlleva el mal manejo de las basuras en Corabastos.

Partiendo del análisis expuesto en el capítulo anterior y la investigación de campo realizada (Ver Anexo 1), concerniente a las piezas gráficas recurrentes, se hará un breve análisis en el aspecto persuasivo e informativo, se pueden destacar de los siguientes elementos a intervenir en Corabastos como medios óptimos para desarrollar la propuesta gráfica a implementar:

- **Camisetas o Indumentaria de trabajo:** es uno de los elementos indispensables en el desarrollo laboral de los comerciantes en Corabastos, de hecho, desde hace más de 10 años se ha empezado a implementar overoles y chalecos para trabajar, permitiendo el crecimiento y apertura de negocios ambulantes que venden dichas indumentarias dentro de la plaza de mercado y en las calles aledañas a la misma. En el aspecto persuasivo, se puede ver el protagonismo y el potencial de transmisión de la información importante que se puede obtener a través de estos, dependiendo del tipo de gráfica y el grado de pregnancia y apropiación que se logre generar en los comerciantes, se puede tener un grado importante de alcance con los mismos, muchos de los comerciantes utilizan los estampados o bordados en la parte posterior de los chalecos u overoles como medio de información e identificación de sus lugares de trabajo.

- **Calendarios:** un importante elemento gráfico a destacar por su recurrencia y funcionalidad en casi todos los puestos de venta en las bodegas de Corabastos, ayuda a tener a los comerciantes al tanto de los días festivos, los días de entrega de mercancías y transacciones financieras, en su mayoría son recurrentes los calendarios de pared, y de manera esporádica los calendarios de escritorio, debido a que en muchos de los puestos de trabajo, los escritorios no existen o dichas mesas de escritorio están colocadas para apoyar las básculas, las bolsas en las cuales se guardan los productos cuando se venden por cantidades determinadas y los cuadernos o vales para apuntar ventas por guacales o bultos de productos. Teniendo en cuenta el grado de visibilidad y el tamaño sobre el cual se trabajen dichos calendarios, se puede buscar mediante la gráfica a trabajar y el mensaje e información a manejar alcanzar un grado de impacto alto que atraiga a los visitantes del puesto de venta en la plaza de mercado, un aspecto a destacar es que muchas veces cuando la imagen de un calendario determinado tiene un alto grado de acogida por el comerciante, lo recorta o lo mantiene en su puesto de trabajo sin importar el año de caducidad del calendario al cual alude dicha imagen; los tipos de gráficas siempre son recurrentes con temas rurales como los son paisajes o animales en el campo, acompañados de frases motivacionales que hablan ya sea del trabajo y la constancia, o de aspectos religiosos ligados al mismo.

- **Carros de carga o zorras:** Las zorras son de los elementos más comunes e identificables en Corabastos, son una de las formas de transporte de mayor tráfico y flujo dentro de la plaza de mercado; van desde las más tradicionales que son en color naranja con estructura en madera y llantas en metal y caucho; y las más recientes están hechas completamente en metal, son un poco más pequeñas a lo ancho y lo alto para poder movilizarse con mayor facilidad entre las bodegas y los camiones, cosa que no sucede con las tradicionales de



madera, estas no pueden ingresar a las bodegas por su amplitud, gráficamente algunas de las tradicionales llevan dibujos o stickers de equipos de fútbol de la predilección del propietario de dicha zorra. Tomando como un elemento no tradicional de exploración gráfica, sería interesante y de alto impacto ver y/o diseñar algún tipo de gráfica en estas zorras o carros de carga, debido a que son frecuentes de encontrar ya sean parqueadas en los andenes, o entre las bodegas mientras se monta la carga en la misma, todo depende y partiría de la definición del estilo.

**- Identificadores de los puestos de venta:** Un elemento indispensable para guiar a los compradores dentro de las diferentes bodegas dispuestas en Corabastos, a través de los años es dicho número que les identifica, los puestos no habían tenido ningún grado de unidad, ni por color, ni por forma, ni por tamaño, desafortunadamente algunos eran en pestañas de cartón, otros en acrílico impreso, y otros en pedazos de madera escritos con marcador, hace menos de 4 años, por esto se ha comenzado a realizar una estructuración interna de los puestos en donde se ha construido una estructura sólida en metal, donde se está empezando a realizar bodegas de dos y de tres pisos en el mismo puesto de trabajo, dejando espacios entre piso y piso para colocar los identificadores del puesto de mercado en Corabastos con su respectivo número y el logo de Corabastos y/o del puesto o empresa al cual hace referencia, cabe destacar que este espacio es amplio y se puede aprovechar para vincular algún tipo de logo y slogan de campaña donde se haga un anuncio sugestivo a todos los que los vean, en primera medida enfocado en el lado informativo, y por otro el persuasivo a través de un slogan llamativo acompañado de algún elemento gráfico que invite a las personas a hacer usos de las canecas de basura dentro y fuera de las bodegas de Corabastos.

**- Caneca de basura:** El punto de mayor confluencia en la problemática planteada para este proyecto, si bien hay que entender que para la mayoría de los comerciantes el problema está en la escasa cantidad de canecas de basuras en Corabastos, tanto dentro como fuera de las bodegas, las canecas internas están en vía de extinción debido a que dichas canecas no eran fijas y esto hacia o hace que muchos de los trabajadores y comerciantes se lleven dichas canecas a los puestos para recolectar las basuras provenientes de dichos puesto para después arrástralas hasta las afueras de las bodegas y botarlos en los andenes, el material de dichas canecas es de plástico, haciendo que se rompan en un breve lapso de tiempo. Las condiciones para informar en los puntos de las canecas no sería ningún problema, debido a el espacio sobre el cual se va a trabajar, es amplio y tiene elementos que pueden permitir un desarrollo importante y completo para invitar a los comerciantes y público en general a hacer un uso correcto de las basuras en las canecas de Corabastos, por otra parte para persuadir a los comerciantes de hacer el uso es correcto de las canecas, se deben fijar las mismas en las vigas de la bodega y segundo buscando vincular una gráfica agradable y práctica con el oficio de llevar los desperdicios generados en los puestos de comercio,

teniendo un grado de alcance alto para comerciantes, trabajadores y visitantes o compradores en la plaza de mercado.

#### **5.4 – Definir - Beneficios de la implementación de los medios seleccionados a intervenir**

Antes de establecer parámetros gráficos y conceptos tentativos para el proyecto, es necesario ver cuáles son los beneficios que puede implicar estas soluciones a los comerciantes de Corabastos y como se pueden implementar estos para el desarrollo estratégico y conceptual e informativo en la solución gráfica propuesta por el proyecto, es por eso que a continuación se exponen los beneficios que los productos anteriormente mencionadas traerían a los comerciantes en Corabastos:

**- Ambiente sano y limpio:** Los factores de los que más se quejan los comerciantes y visitantes de la plaza de mercado, los malos olores, el desaseo de las áreas comunes y esto en contacto con la lluvia, hace que Corabastos se convierta en un lugar intransitable para camiones y persona de a pie; con la implementación de productos gráficos se pretende corregir de manera gradual la mayoría de malos hábitos que se tiene frente a las basuras y que conllevan a toda esta serie de fenómenos que hace a la plaza de mercado un lugar indeseable y desagradable para los habitantes de Bogotá.

**- Participación activa:** La mayoría de los comerciantes tienen sus modelos de ver y entender la problemática de las basuras en Corabastos, sin embargo y según se ha logrado determinar en la investigación, el temor o el miedo juegan un papel importante en este aspecto, por eso con la implementación de productos en determinados espacios de Corabastos se pretende formar una cultura de participación activa, convirtiéndolos en transmisores del mensaje sin afectar la seguridad de los comerciantes, para que de una manera consiente y responsable se haga uso de las canecas internas y externas dispuestas en la plaza de mercado, convirtiéndolos en referencia de la problemática.

**- Mejores condiciones laborales:** Aunque puede sonar pretencioso con la implementación de los productos gráficos planteados como solución en este proyecto se pretende generar mejores y más agradables condiciones para las zonas de consumo de alimentos, donde los puestos ambulantes no estén expuestos a las basuras esparcidas por las zona comunes de la plaza de mercado, así mismo con mayor limpieza y mayor organización menos riesgos laborales se van a correr, garantizando la integridad de los trabajadores, minimizando los riesgos y esfuerzos que se hacen cuando llueva o cuando hayan acumulaciones de basuras,

pues esto hace que se pierda la estabilidad al cargar y haciendo que la producción y el esfuerzo sea más desgastante.

**- Mejor imagen de Corabastos:** A través de la información obtenida en la investigación de campo, se busca generar en los comerciantes una parte más activa para corregir ciertas prácticas que hacen que lo que es hoy en día Corabastos, un gran desorden de basuras, como se mencionaba anteriormente, la gente ha dejado de ir a las plaza de mercado en general, porque simplemente se han convertido en lugares desaseados y desorganizados, además de otros factores tales como la delincuencia y a los habitantes de la calle que son los que en gran mayoría aumentan la sensación de inseguridad, conllevando a que las personas eviten ir a las plazas de mercado en general; otro factor a evaluar es el desplazamiento a hacia estos sitios pues muchas veces los trancones en la ciudad hacen que prefieran ir a los “Fruver” en donde todo está más limpio, mejor presentado y más al alcance del lugar donde viven, pero independientemente de esto, si hay una mejor imagen que presentar, independientemente del tráfico y/o la distancia para llegar a Corabastos, si el comprador se siente cómodo regresará las veces que sea necesario.

**- Mayor flujo comercial:** Si los productos propuestos por el proyecto logran el alcance deseado, no solo los beneficios serán laborales, sino que también comerciales, los beneficios de visitar una plaza de mercado y en especial Corabastos es calidad y cantidad a un bajo costo, es innegable que el dinero rinde mucho más en Corabastos; la idea es cambiar la idea que ir a una plaza de mercado es un suplicio por la idea que fue en los años 30’s o 40’s, un viaje en donde se disfrutaba de una buena conversación, al tiempo que se deleitaba el paladar con algún plato típico exquisitamente preparado, disfrutando la compra de los productos para la casa, convirtiéndolo en más que un paseo.

Como se comentaba anteriormente en el documento, con los otros productos se tiene en cuenta la funcionalidad y el contacto que tiene con el público en general, las canecas, los uniformes de trabajo y las zorras son medios que funcionan de una manera recurrente y eficaz para transmitir el mensaje e informar a los comerciantes y al público en general de el buen uso de las canecas en Corabastos.

## 5.5 – Definir - Estructura de los mensajes

Para informar a los comerciantes de Corabastos sobre los riesgos potenciales que se pueden desarrollar al estar en contacto con las basuras, en las zonas comunes de la plaza de mercado, es necesario evidenciar el nivel de afectación de las basuras sobre el flujo comercial de los puestos de mercado en la plaza de Corabastos; buscando que dichas acciones sean apropiadas y racionales, en donde la práctica sea de manera autónoma y consciente buscando aludir al sentido de preocupación que los comerciantes tienen por la plaza de mercado y su estrecho vínculo por el ámbito rural. Es así como la principal fuente reconocible estructuralmente en el concepto es el mensaje, el cual tiene como función acompañar de una manera permanente a las personas que se ven involucradas en la problemática de las basuras en Corabastos, teniendo en cuenta que el mensaje sea funcional, práctico y cercano con los comerciantes, permitiéndoles aplicarlo a su labor diaria o a sus conversaciones recurrentes en su actividad comercial.

Por consiguiente la estructuración planteada para los mensajes a implementar en las piezas gráficas, contempla las características anteriormente mencionadas en este documento (ver página 88), están encaminadas a generar apropiación y recordación en los comerciantes de Corabastos, buscando difundir los mensajes de una manera continua y concreta con la problemática de las basuras en la plaza de mercado:

- *Copy o Slogan* que deberá ser de fácil recordación, permitiendo su uso de manera cotidiana sea de uso formal o informal.
- *Un elemento identificador*, es decir, que atraiga al observador con la intención de poderle brindar más información acerca de los efectos negativos que conlleva el no arrojar las basuras dentro de las canecas o el uso indebido de las mismas dentro de la plaza de mercado.
- *Un carácter dual* que se asemeje a un contenido polisémico propuesto para el slogan, y que tenga en su construcción inicial el doble sentido orientado hacia lo informal y lo jocoso, haciendo que este sea más agradable y recurrente en su uso cotidiano en las conversaciones de los comerciantes de Corabastos.

### 5.5.1 – Segmentación de la comunicación

Los medios planteados a implementar en este proyecto, deben tener como aspecto fundamental la sencillez y la practicidad, encaminados a no afectar el entorno de la plaza de mercado ni el desarrollo comercial que allí se lleva a diario, es necesario destacar la importancia de la efectividad y continuidad en el mensaje planteado para este proyecto; por este motivo los medios propuestos para transmitir el mensaje se dividen en dos, los cuales son productos de difusión directa y productos de difusión indirecta, dicha clasificación tiene en cuenta aspectos de grado de alcance y afectación en los comerciantes de Corabastos, organizados de la siguiente manera:

PIEZAS PROPUESTAS PARA EL PROYECTO	
DIFUSIÓN DIRECTA (Implementación de la(s) pieza(s) en los lugares de alto alcance)	DIFUSIÓN INDIRECTA (Implementación de la(s) pieza(s) en sitios de bajo alcance)
<ul style="list-style-type: none"><li>- Indumentaria de Trabajo (Camiseta, Overol, Chaleco o Chaqueta)</li><li>- Carros de carga, denominados zorras de carga (zorras de carga que puedan ser intervenidas gráficamente)</li><li>- Intervención en canecas de basuras dispuestas en Corabastos (pequeñas, medianas y grandes)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Calendario (Calendario de mesa o de Pared)</li><li>- Avisos identificadores de los puestos de comercio (tamaño pequeño 50 Cm X 20 Cm y tamaño grande 1.00 Mts X 20 Cm)</li></ul>

*Tabla 18 - Piezas a implementar en la estrategia de comunicación de Corabastos.*

Se puede apreciar la delimitación de las piezas de difusión directa, las cuales van a estar en un contacto continuo y cercano con los comerciantes y público en general de Corabastos, ya que varias de estas, se encuentran en circulación por toda la plaza de mercado y en estrecha relación con la actividad comercial de los trabajadores y comerciantes de los diferentes puestos de mercado disponibles al interior de la plaza de mercado.

Por otro lado los productos de difusión indirecta, son productos pensados para ser implementados, como acompañamiento y tener un modo de difusión remoto, buscando medir el grado de aceptabilidad del proyecto y su utilidad en el entorno laboral de los comerciantes de Corabastos, sustentados con el Anexo 5 se podrán apreciar los resultados de los productos en conjunto con los elementos a intervenir en Corabastos. Los productos seleccionados para una intervención indirecta fueron los avisos identificadores de los puestos de mercado y los calendarios de pared, son productos que no van a tener un despliegue parcial por las instalaciones de Corabastos y que pueden llegar a ser no perceptibles para los diferentes tipos de observadores y usuarios de la plaza de mercado, estos productos catalogados como de difusión indirecta buscan reforzar los

conocimientos acerca del tema de las basuras y de los residuos orgánicos en Corabastos, teniendo en cuenta que el grupo principal que se busca afectar y sensibilizar son los comerciantes.

Por otra parte es necesario aclarar que la intervención de estos productos es tentativa ya que la preocupación principal del proyecto es el de establecer e implementar parámetros de investigación responsables con la sociedad, permitiendo generar contenidos más conscientes y menos comerciales o subjetivos, en donde la preocupación del diseño está en la estructuración de un concepto sin ánimo de lucro e inherente a las tendencias estéticas de otros ámbitos mundiales.

## **5.6 – Definir - Conceptualización de la propuesta**

El pretexto o metáfora visual a implementar en el proyecto es el resultado de seis meses de recopilación de datos en la investigación de campo, la cual indagó por separado, sobre varios temas de interés social, político y deportivo en los comerciantes de Corabastos de manera informal, manifestando un alto grado de interés por el fútbol y los temas de índole político. Dada su proximidad con los comerciantes, el fútbol se estableció como elemento reconocible y neutral en este campo, pues hay que contemplar los diferentes tipos de sensaciones negativas o interpretaciones erróneas que los temas sociales, políticos y administrativos de Corabastos pueden llegar a despertar en los comerciantes de Corabastos.

Basado en los conceptos de identidad y tradición se busca generar cercanía con los comerciantes de la plaza de mercado, dicha cercanía se pretende obtener a través de temas del dominio común y del agrado de los directamente implicados en la problemática de las basuras acompañados de elementos alusivos al ámbito rural, bien sea por color, forma, textura entre otros que más adelante se evaluarán, es así como *el fútbol* es la metáfora seleccionada a implementar por el proyecto de acuerdo al análisis anteriormente expuesto; si bien el fútbol puede llegar a desatar reacciones negativas, para el proyecto se plantea la incorporación de elementos identificativos o alusivos a las normas y/o reglas de juego las cuales están impartidas y representadas por el árbitro de fútbol, que en este caso es un elemento neutral, que no pertenece a ningún tipo de color, equipo o país en específico; la idea principal es hacer un símil con la temática de las basuras e informar a las personas a través del lenguaje simbólico que implementan los árbitros para indicar los diferentes tipos de sanciones en un partido de fútbol; es así como a partir de dichas indicaciones se hace un paralelo con las zonas en las cuales puede o no desechar basuras en la plaza de mercado, indicando bien sea con una tarjeta amarilla o roja para advertir a la gente que está cometiendo una falta al arrojar un residuo por fuera de las canecas de basuras predispuestas en la plaza de mercado, al mismo tiempo se busca incentivar a las personas a tomar conciencia y no botar los desechos fuera de las canecas.

Es así como se obtuvo un listado de indicaciones implementadas por los árbitros para señalar ciertos momentos durante un partido de fútbol, realizando una asociación con los espacios o momentos sobre los cuales entrarían a funcionar en la plaza de mercado de Corabastos, a continuación se puede apreciar dicho listado:

<b>METAFORAS VISUALES</b>	
<b>INDICACIONES RECURRENTES DE LOS ÁRBITROS DE FÚTBOL</b>	<b>SITUACIÓN O PRACTICA REALIZADA EN CORABASTOS</b>
- TIRO LIBRE DIRECTO	En las canecas para disponerse a realizar un correcto uso de las mismas responsablemente
- TIRO LIBRE INDIRECTO	Cerca de las canecas para disponerse buscar una de estas y realizar un correcto uso de las mismas responsablemente
- NORMA DE LA VENTAJA	En las canecas de basuras para continuar y hacer uso de las mismas, apoyando de manera positiva el correcto uso de las diferentes canecas dispuestas en Corabastos
- SUSTITUCIÓN	En los puestos de mercado para realizar transacciones comerciales y comprar alimentos en la plaza de mercado
- FUERA DE LUGAR	Alertar o prevenir para que las personas no arrojaran desechos fuera de las canecas de basuras colocadas en la plaza de mercado
- SAQUE LATERAL	Señalar o indicar un punto donde desechar los residuos resultantes de alguna actividad en el desarrollo cotidiano laboral
- FALTA	Alertar o prevenir para que las personas no arrojaran desechos fuera de las canecas de basuras colocadas en la plaza de mercado
- TIRO DE ESQUINA	Señalar o indicar un punto donde desechar los residuos resultantes de alguna actividad en el desarrollo cotidiano laboral
- SAQUE DE PUERTA	En los puestos de mercado para realizar transacciones comerciales y comprar alimentos en la plaza de mercado

*Figura 44 - Interpretaciones conceptuales a implementar.*

Después de ver las diferentes posibilidades de metáforas que se pueden implementar en el proyecto, se llega a la conclusión que la prioridad en la elección de dichos símbolos arbitrales es la claridad a la hora de dar a entender un mensaje a través de un determinado movimiento, expresado por un árbitro de futbol. La idea es que tanto gráficamente como en el lenguaje textual a implementar se mantenga un equilibrio entre estos dos elementos, buscando que los usuarios de las canecas se tomen un pequeño tiempo adicional para informarse y entender lo que sucede con las basuras esparcidas por fuera de las canecas.

Es importante que los movimientos simbólicos sobre los cuales se van a proponer los elementos visuales de los productos, sean una excusa para presentar dicha información de una manera espontánea y diferenciadora entre los mismos, para generar niveles de comunicación entre el producto y el receptor y para indicar también el grado de afectación que esta acción causa en el entorno próximo, es así como se establecen tres niveles de movimientos simbólicos para prevenir, informar y advertir sobre los diferentes espacios que se implementaran las intervenciones gráficas en la plaza de Corabastos.

Se pueden catalogar los cinco productos propuestos en alguna de las metáforas visuales a implementar para el proyecto de la siguiente manera:

- **PREVENTIVAS:** Los uniformes de trabajo y herramientas con las cuales trabajan en los puestos de comercio, en este caso los chalecos y los carros de carga o “zorras” serán los espacios a intervenir para prevenir que el público en general deseche basuras en cualquier parte de la plaza de mercado. La señal del árbitro para representarla (PITAR FALTA Y SACAR TARJETA AMARILLA), es la más pertinente debido a su significado inicial, es el de advertir y llamar la atención sobre alguna errónea acción que se está llevando a cabo por eso es la pertinente para llamar la atención sobre las personas que consumen algún producto y no piensan en botar la basura en su lugar.

- **INFORMATIVAS:** Las canecas de basura son los elementos óptimos para proponer este tipo de mensaje, pues por una parte indica el lugar donde puede desechar los residuos que ya no son necesarios para la persona y además brinda la posibilidad de presentar más información textual que invitara a los comerciantes a tomar conciencia sobre los malos hábitos que se realizan con los desechos provenientes de cada puesto de comercio. La señal del árbitro para implementar como metáfora es (NORMA DE LA VENTAJA), dado su significado de dar continuidad y de ser una de las indicaciones del árbitro que pueden, permitir la continuidad de una jugada en favor de alguien, en este caso se quiere reforzar e incentivar el hecho de acercarse a las canecas y hacer un correcto uso de las mismas.

- **ADVERTENCIA:** Los productos que quedaron clasificados en este nivel son los avisos identificativos de los puestos de mercado y los calendarios, son lugares remotos sobre los cuales se recolecta basuras provenientes de cada puesto, sin embargo el problema, la mayoría de veces no está en estos lugares sino cuando la basura es sacada de estos puestos, por consiguiente es un buen lugar para advertir sobre los riesgos potenciales si hace una mala manipulación de las basuras en las afueras de las bodegas. La metáfora a implementar en este tipo de piezas es (FUERA DE LUGAR), la indicación con el banderín del juez de línea permite hacer un llamado de atención sobre lo que puede ocurrir si se hace un mal desuso de las basuras fuera de las bodegas, no es necesario tomar medidas correctivas ya



que el comerciante no ha hecho nada hasta el momento negativo, pero si se busca advertir que es lo correcto en incorrecto a la hora de sacar las basuras de los puestos de mercado.

### **5.6.1 - Carácter gráfico**

Una vez desglosada la parte conceptual del proyecto, es necesario entrar a analizar detenidamente cada uno de los elementos del lenguaje visual con el propósito persuasivo e informativo que conformaran una unidad gráfica, en función de establecer las relaciones que se pretenden entre los productos gráficos propuestos y las sensaciones de tradición e identidad que se buscan evocar en los comerciantes de Corabastos, generando pregnancia y/o pertenencia por la plaza de mercado y las problemáticas que la afectan, es así como a través del apoyo de matrices de análisis (Ver Anexo 4) se desglosaron puntualmente cada uno de los elementos del lenguaje visual y de su intención para el proyecto, estableciendo características que determinarán el estilo y la forma de representación de la metáfora visual a implementar.

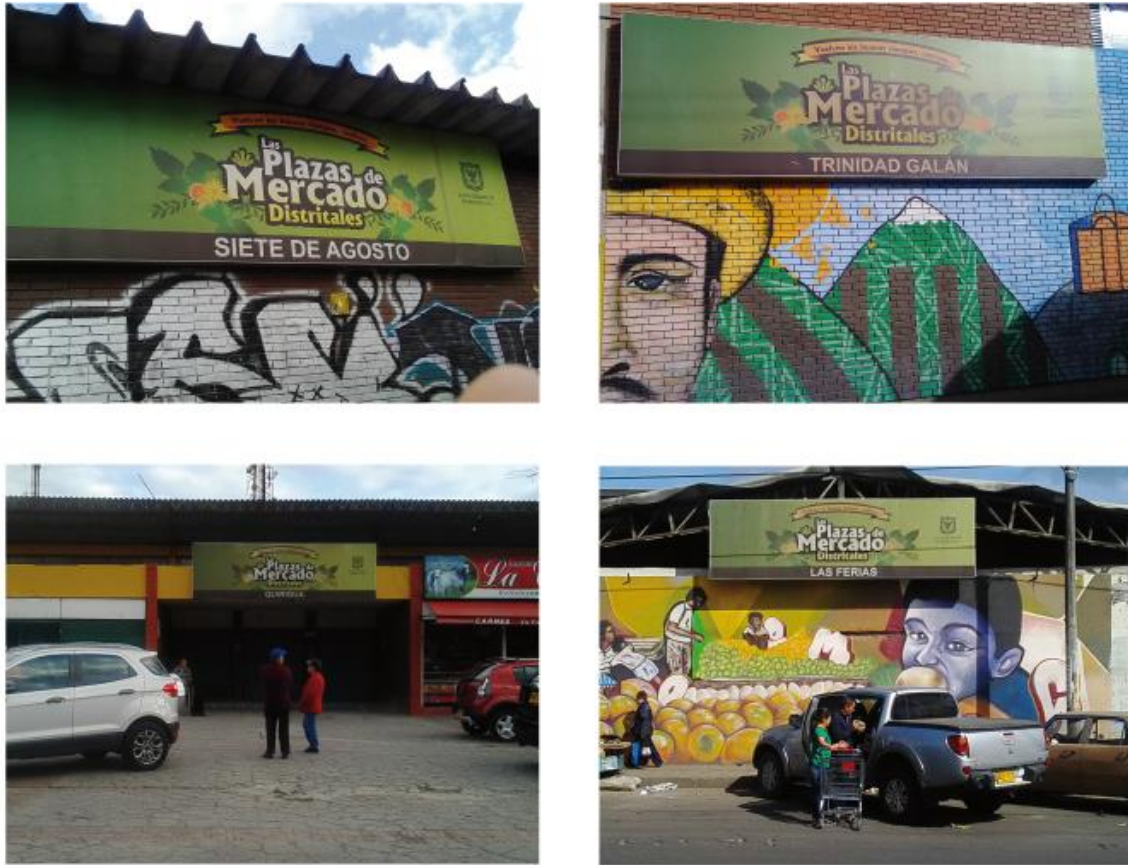
Es necesario establecer en primera medida que los elementos que van a conformar la imagen deben ser cercanos a los comerciantes, por eso la experimentación está sustentada en la vinculación y ensamble de elementos reconocidos como tradicionales en el ámbito de la plaza de mercado que en este caso deberán ser evidentes en varios aspectos que posteriormente se expondrán en este punto; articulados con elementos vanguardistas y actuales como en este caso es la metáfora visual seleccionada, en este caso el fútbol, un tema que exige estar en constante retroalimentación y la técnica a implementar que se definirá a continuación.

### **5.6.2 – Representación gráfica**

La técnica de representación óptima para el desarrollo del proyecto escogida es la ilustración vectorial por su versatilidad para interpretar elementos gráficos, simples y complejos en búsqueda de elementos que evoquen tradición y familiaridad en los comerciantes de Corabastos. Se logrará a través de la representación directa con ornamentos alusivos al campo que en este caso serán fitoformas y de manera indirecta con la metáfora visual a implementar que en este caso es el fútbol como tema de interés social y colectivo dentro de la plaza de mercado.

Un elemento fundamental a implementar es la textura, la cual va a ser interpretada por medio de los vectores, buscando simular, materiales recurrentes en el espacio laboral de Corabastos como lo son la madera de los guacales, el fique, fibra de los costales o el cartón de las cajas donde se empaacan lo productos, por consiguiente es necesario hacer un desarrollo experimental de

texturizado que de acuerdo a su cercanía con el material propuesto anteriormente, se realizará la posterior elección e implementación de la o las texturas seleccionadas y la interacción de esta los elementos gráficos y textuales propuestos.



*Figura 45 – Identificadores plazas de mercado de Bogotá – Fuente: Elaboración propia..*

El uso de la ilustración ha aumentado progresivamente en las plazas menores de Bogotá, obteniendo resultados positivos de aceptación, ayudando a modificar gradualmente la percepción de las plazas de mercado de Bogotá, como se podrá apreciar a continuación la recursividad y las múltiples posibilidades que la ilustración vectorial pueden brindar al proyecto son infinitas.

La versatilidad de interpretación permite opciones diversas de desarrollar, obteniendo como resultado elementos de diferente tipología y nivel de abstracción, que van desde los pictogramas más simples hasta las ilustraciones más complejas y detalladas, logrando así desarrollar diferentes tipos de elementos gráficos, tipográficos y ornamentales. De igual manera como se pudo ver anteriormente Corabastos en su zona bancaria, ha implementado como recurso gráfico la ilustración vectorial para promocionar el buen comercio en las instalaciones de la central mayorista, desarrollando productos sencillos y puntuales que hablan de un determinado tema con una gráfica que destaca por su síntesis gráfica sobria, dando sensaciones de ser elementos ilustrados didácticos

predispuestos para la educación de jóvenes y niños por su morfología ilustrativa y que sirven como mediadores para transmitir un mensaje determinado a los comerciantes; dichos productos al final fueron relegados a zonas aisladas de Corabastos.

Estilísticamente hablando es evidente los dos tipos de ilustración que se han manejado en diferentes momentos, por un lado un vector trabajado para interpretar diversos volúmenes y generar sensaciones de profundidad y otro que destaca por su simpleza gráfica.



*Figura 46 - Elementos gráficos vectoriales en Corabastos.*

Por otra parte las manifestaciones más recurrentes por los comerciantes para sus productos se basan en la simplicidad y en lo formal teniendo como objetivo lograr elementos figurativos encaminados a la funcionalidad; es por eso que la elección de la técnica de representación es el desarrollo ilustrativo vectorial que permite desarrollar elementos pictóricos ornamentales alusivos al campo y a los productos que allí se producen reforzando su apego por lo tradicional, además que permite mantener una cercanía progresiva con elementos gráficos, ayudando a evolucionar de una manera correcta las mismas sin alterar el entorno y sin tener cambios radicales en lo que los comerciantes han visto en los últimos años en Corabastos; por otra parte permite generar ambientes alusivos al terreno de juego, al fútbol y al discurso que se pretende construir a través de dicha metáfora visual como vehículo de transmisión del mensaje a proponer en los productos gráficos, permitiendo tener un nivel de detalle intermedio en el cual los elementos a desarrollar destaquen de una manera positiva en los lugares a implementarlas, generando rupturas en el entorno, y proponiendo microambientes dentro de la plaza de mercado.

La interpretación inicial que se busca con los elementos gráficos basados en los conceptos de familiaridad y tradición, es que a través de un personaje caracterizado como un árbitro de fútbol, se indique o señale ciertas acciones que se realizan entorno a las basuras y las prácticas laborales, llegando a evidenciar otras problemáticas que pueden suceder alrededor de la plaza de mercado; lo ideal es invitar a la reflexión a los comerciantes a pensar en ¿Qué tiene que ver un árbitro con la plaza de mercado?, entrando a discernir no solo en la problemática, sino que también capturar la atención con un elemento inusual, que aparentemente no tiene relación con el campo, ni con las plazas de mercado, pero que si mantiene una estrecha relación con los gustos y aficiones de los trabajadores, comerciantes y público en general que frecuenta Corabastos.

Por eso es importante que el contenido representativo de la imagen, vincule aspectos informativos que enseñen e indiquen lo correcto e incorrecto que se debe hacer con las basuras en la plaza de mercado, utilizando como elemento retórico base del discurso a la metáfora, vista como un mediador entre el fútbol y la problemática de las basuras tratando de darles a entender de que “las basuras no son un juego, y si lo ven así como un juego, juegan con la vida propia y el futuro de su familia”; por medio de los simbolismos arbitrales la intención es que los comerciantes se informen, sean persuadidos por temas de interés social y colectivo a través de elementos gráficos poco convencionales en una plaza de mercado.

### **5.6.3 – Composición**

El formato propuesto para desarrollar los elementos gráficos están encaminados a intervenir el medio o espacio a utilizar de una manera completa en los productos propuestos, generando sensaciones opuestas en donde se rompa la monotonía y la rigidez de los ladrillos y las estructuras de Corabastos, por consiguiente es necesario pensar en un formato manejable y ajustable a los diferentes espacios, el cual para conveniencias del proyecto sería un formato cuadrado, dejando espacios de seguridad suficientes para poder aplicar los elementos gráficos a los espacios establecidos, siendo este formato un espacio activo que genere dinamismo y armonía al entorno al cual se va a incursionar.

De acuerdo con la matriz de análisis propuesta (Ver Anexo 4), se evaluaron aspectos compositivos que determinan elementos connotativos que van a validar los elementos de tradición y familiaridad que se quieren manejar en los productos gráficos; de esta manera se plantea una estructura no perceptible que sea más espontánea y experimental en búsqueda de elementos identificativos tradicionales manteniendo un equilibrio asimétrico con el objetivo de generar ordenes de lectura y jerarquías de la información que conlleven a un uso correcto de las canecas de basura, esto a su vez debe destacar como elemento predominante a los elementos futbolísticos establecidos en el aspecto conceptual y metafórico ya que son el elemento clave para capturar la atención del usuario e informar de manera correcta a los comerciantes de Corabastos sobre las basuras.

En relación con el entorno y el espacio propuesto, se busca generar anomalía con la intención de focalizar la atención del público en general, a través del posicionamiento de elementos que generen dirección y movimiento que permitirán generar ordenes de lectura en el desarrollo gráfico.

Es así como a través de la disposición de elementos de manera asimétrica y el posicionamiento de los mismos de manera direccionada, se proponen jerarquías entre los elementos textuales y gráficos, por forma, por color y por tamaño, orientados a que los comerciantes y el público en general identifique por ubicación los datos que se pretenden brindar a través de los medios a intervenir, proporcionándole a los productos a implementar un elemento sorpresivo e inusual en el entorno en el cual los comerciantes se desenvuelven, otorgándole un grado de valor más, en donde lo estético y funcional deben de estar de la mano permitiendo el uso correcto de las canecas y demás dentro de la plaza de Corabastos.

#### **5.6.4 – Paleta de color**

La propuesta cromática se basa en tres aspectos estrechamente ligados a los conceptos anteriormente expuestos: la naturaleza, lo orgánico y lo vibrante.

Al hablar de naturaleza y elementos orgánicos, se seleccionó una paleta primaria cromática análoga, que permitiera denotar una asociación concreta con elementos alusivos al campo y al sector rural, evocando hojas, arbustos, plantas y pastizales representativos de las zonas periféricas de Bogotá; como paleta complementaria secundaria se tuvo en cuenta la necesidad de contrastar los tonos verdes con un tono cálido como el amarillo/ naranja y un tono frío como el azul, permitiendo generar diferentes niveles entre la figura y el fondo.

En la investigación de campo (Anexo 1), tanto en los referentes fotográficos, como los registros escritos, se logra deducir el gran apego e interés de los comerciantes por elementos alusivos al campo, en sus expresiones, en sus bodegas y hasta en sus prendas de vestir, buscan mantener y expresar su gran apego y aprecio por el campo, ya sea por remembranzas de épocas vividas pasadas en dichos lugares o tradición familiar procedentes del ámbito rural, es así como a través del color se pretende reflejar ese sentido de arraigo y pertenencia por el campo haciéndolo evidente para el público en general de la plaza de mercado de Corabastos.

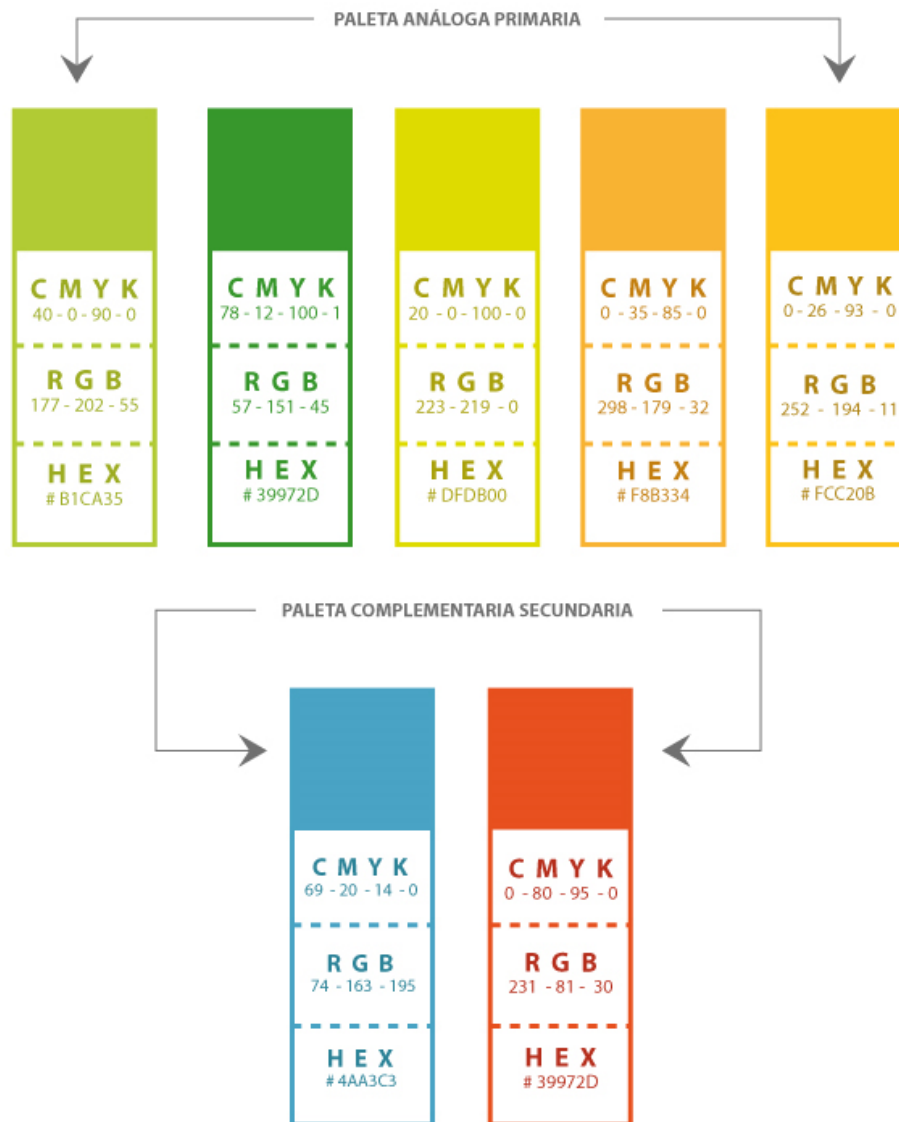


Figura 47 - Paleta de color seleccionada - Fuente: Elaboración propia.

Además de atraer y generar micro ambientes alegóricos al campo con el verde como tono dominante, el naranja y el azul son necesarios para generar un contraste con lo elementos circundantes del entorno, es decir, los grises de las paredes, el gris de los andenes, y el naranja de los ladrillos que conforman los diferentes muros de las bodegas en Corabastos. En el pensamiento inmediato del diario vivir al naturaleza guarda estrecha relación con palabras tales como vida, tranquilidad, paz, relajación, animales, entre otras que evocan pensamientos positivos en las personas, por consiguiente es de vital importancia que se vean reflejadas estas palabras en la producción gráfica. La psicología del color está sustentada desde la selección cromática expuesta anteriormente, como se pudo apreciar los tonos buscan tener diversidad entre cálidos y fríos para expresar y ambientar entornos rurales, socialmente reconocidos por las personas a nivel general.

Técnicamente la construcción de los colores, está planteada para lograr una alta fidelidad del mismo en la postproducción de los productos (Ver Anexo 4).

### 5.6.5 - Tipografía

Analizando las tipologías de información que se decidió incluir en los diferentes productos gráficos, se determinaron dos fundamentales:

*Display*, aplicada a los adagios y frases populares que dan fuerza a la metáfora del fútbol desde el discurso; y la *informativa*, que aunque siguiendo con la metáfora, se acercan en su contenido más a la información relevante que se pretende brindar a los comerciantes de la Plaza, así:

- **Preventivas:** frases implementadas en lugares de mayor flujo comercial que buscan evitar el desorden de los desechos orgánicos en andenes o calles de Corabastos.
- **Informativas:** frases propuestas para ser implementadas en las zonas sociales y rutinarias de las respectivas bodegas, buscan atraer al observador con la intención de ofrecerle la mayor cantidad de información acerca de los aspectos negativos que causa el desorden de las basuras en las bodegas.
- **Indicativas:** implementadas en las cercanías de las canecas predispuerta en la bodegas de Corabastos, se busca a través de esta frase incentivar el buen uso de las canecas e informar y prevenir a las personas que frecuentan la plaza de mercado de abastos.

Para el primer caso, luego de la experimentación con fuentes tipográficas tipo script y con lettering orientado a una tendencia muy espontánea y gestual, se decidió por testeo que este último fuera el responsable de atraer, al ser aplicado en palabras y expresiones clave como: falta, jugada, etc.

Para el segundo nivel que contiene la información detallada como complemento al nivel principal de jerarquía, se ve la necesidad de generar equilibrio, el cual se consigue con el uso de una familia tipográfica SansSerif, con una amplia gama serial de manera que ofrezca versatilidad para posibles necesidades de jerarquización en los subniveles de información derivados. Myriad Pro fue la elegida, siendo una familia humanística y disponible bajo licencia de Adobe.



TIPOGRAFÍA - PRIMARIA  
SLOGAN (Lettering)

• falta • fugada •

TIPOGRAFÍA - SECUNDARIA  
COMPLEMENTARIO SLOGAN (Myriad pro)

BOLD	REGULAR	ITALIC
<b>A B C D E F G H I J K L M N</b> <b>Ñ O P Q R S T U V W X Y Z</b> <b>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$ %</b> <b>&amp; / ( ) 0 = ? ¡ ¢ £ ¤ ¥ ¦ § ¨</b> <b>© ª « ¬ ® ¯ ° ± ² ³ ´ µ ¶ · ¸ ¹ º » ¼ ½ ¾</b> <b>¿ ˆ ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ¨ ˆ ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ¨</b> <b>“ ” % &amp; / ( ) 0 = ? ¡ ¢</b>	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$ % & / ( ) 0 = ? ¡ ¢ £ ¤ ¥ ¦ § ¨ © ª « ¬ ® ¯ ° ± ² ³ ´ µ ¶ · ¸ ¹ º » ¼ ½ ¾ ¿ ˆ ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ¨ ˆ ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ¨ “ ” % & / ( ) 0 = ? ¡ ¢	<i>A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S</i> <i>T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$</i> <i>% &amp; / ( ) 0 = ? ¡ ¢ £ ¤ ¥ ¦ § ¨</i> <i>© ª « ¬ ® ¯ ° ± ² ³ ´ µ ¶ · ¸ ¹ º » ¼ ½ ¾</i> <i>¿ ˆ ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ¨ ˆ ˇ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ¨</i> <i>“ ” % &amp; / ( ) 0 = ? ¡ ¢</i>

Figura 48 - Jerarquías de tipografía para la propuesta gráfica - Fuente: elaboración propia.

## 5.7 – Desarrollar - Proceso de bocetación

Una vez establecidos de una manera clara y contundente los elementos conceptuales, teóricos y estéticos a implementar en el desarrollo gráfico, a continuación se procederá a vincular las diferentes etapas de bocetación desarrolladas, a lo largo del proyecto, teniendo en cuenta las diversas posibilidades que se iban presentando, una vez analizados y seleccionadas los productos a desarrollar en el proyecto, hay que tener en cuenta las necesidades y o prioridades de los comerciantes de Corabastos. Es de señalar que los desarrollos de los personajes y tipografías expuestos en este trabajo fueron realizados de manera análoga e ilustrada buscando generar elementos propios para los comerciantes.

Por otro lado es claro que en los primeros bocetos existió la intención de proponer gráficas para exponer frente a los comerciantes a ver que reacción tenían ante las mismas, sin embargo como se ha mencionado a lo largo del proyecto el tiempo de los comerciantes es corto y no permite un desarrollo pausado del ejercicio en un lugar en específico dentro de la plaza de mercado.





Figura 49 – Primeros esbozos de personajes y línea gráfica - Fuente: Elaboración propia.

### 5.7.1 – Slogan identificador

Inicialmente se planteó un identificador que permitiera su aplicación recurrente en diferentes lugares de la plaza de mercado, teniendo en cuenta que su fuerza debe de estar en la frase o lema a proponer, se propusieron tres tipos de frases, con significados ambivalentes, que permita intencionalmente una interpretación abierta al receptor, en este caso haciendo énfasis en las palabras, “falta” y “jugada”, se busca invitar a la reflexión para hacer un correcto uso de las basuras en Corabastos diciéndoles que esto no es un juego y si así lo fuera es algo negativo para el mismo.

De esta manera se seleccionaron tres frases, las cuales tienen una intencionalidad distinta para implementar en 3 tipos de espacios de Corabastos:

*“Sumercé qué le falta”* busca en el observador llamar la atención como lo hacen los comerciantes entre ellos mismos, utilizando una palabra bastante recurrente en las personas mayores de los cuarenta años, la idea es invitar a las personas a que no falte nada ni en la casa ni en la plaza de mercado, que no falten las buenas costumbres en el que hacer de todos los días buscando afectar a las personas que frecuentan Corabastos como los son trabajadores y compradores en específico cuando hagan uso de las canecas en la plaza de mercado, reforzando las buenas practicas alrededor de estas.

“*Merchita esté en la jugada*”, esta frase tiene al igual que la anterior un apego a lo tradicional en las palabras coloquialmente utilizadas por los comerciantes, la cual en este caso sería “Merchita” mucho más tradicional y reconocida por las personas mayores de 45 años, pues es más utilizada por los comerciantes provenientes de las zonas rurales de Colombia, con esta frase se busca invitar a los comerciantes a ser parte activa y consiente de la problemática, invitándolos a que estén alerta a como desechan las basuras sus clientes, sus trabajadores y ellos mismos, es un mensaje más preventivo para evitar que las instalaciones de la plaza de mercado sean utilizadas como un botadero de desechos en general.

“*Compita qué le hace falta*”, una frase abierta que busca invitar a los comerciantes, trabajadores y demás a utilizar las canecas que hay en la plaza de mercado, lo ideal es direccionar a las personas a las canecas para evitar el desorden de las basuras y desperdicios orgánicos por los andenes de Corabastos.

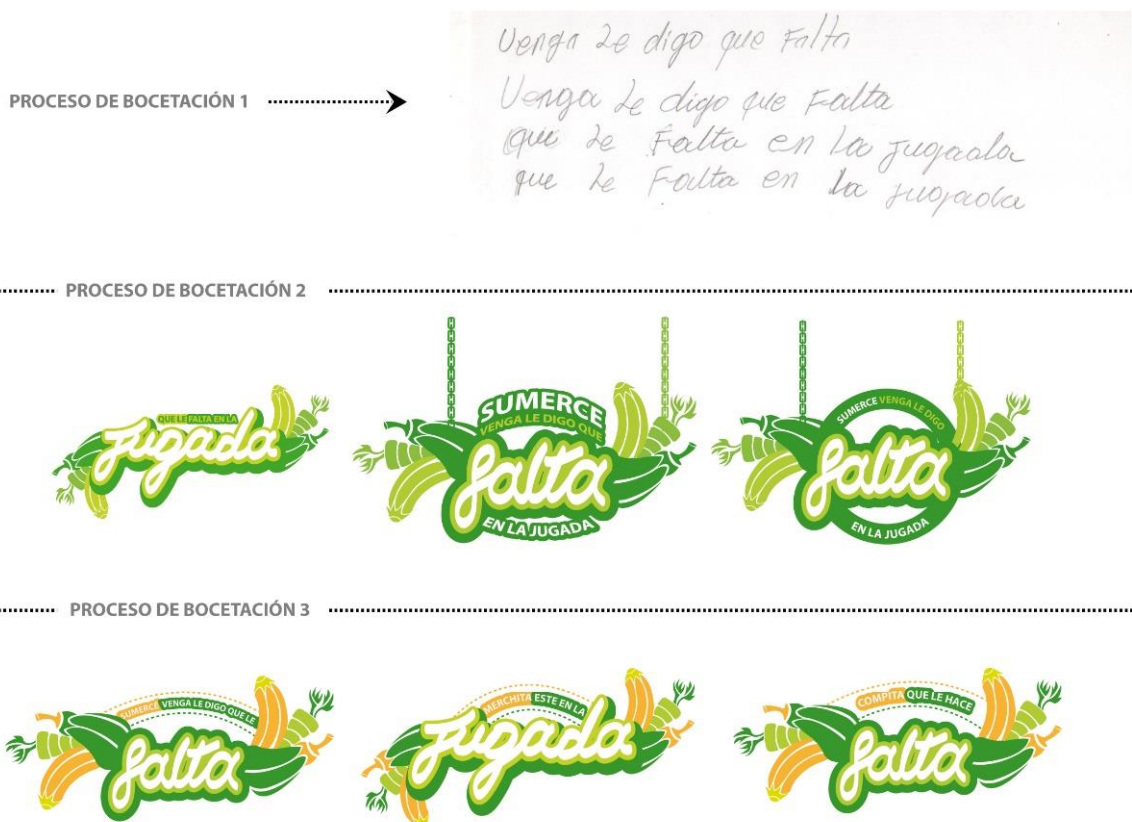


Figura 50 - Bocetación y elección del identificador - Fuente: Elaboración propia.

Es así como se realizó una aproximación con la bocetación análoga y posteriormente se digitalizaron los elementos del lettering, de la misma manera se realizaron varias pruebas de color que permitieran proponer un identificador familiar con los comerciantes, los cuales se pueden ver en tres aspectos, primero en la implementación de pictogramas alusivos a productos orgánicos comercializados en Corabastos, segundo la simulación de letra cursiva en cada una de las propuestas, elemento recurrente en la escritura de los comerciantes y por último la disposición de aviso – colgante que se le pretende dar a la identidad de la propuesta, como los comerciantes lo hacen con sus identificadores de puesto dentro de las bodegas de la plaza de mercado.

### 5.7.2 – Bocetación de personajes

En el primer proceso de bocetación se realizaron diferentes posibilidades para interpretar las metáforas visuales a proponer. Se plantearon tres posibles personajes que pudiera o no ser implementados para los productos propuestos, sin embargo en esta exploración no se contemplaron, los niveles de abstracción que había que guardar con los demás elementos, estos se desligaban demasiado de los elementos conceptuales planteados, adquiriendo un grado aceptable de implementación técnica que será implementado posteriormente en los personajes perfilados para las piezas.



*Figura 49 - Experimentación de personajes Fuente: Elaboración propia.*



*Figura 50 - Personaje y posturas del árbitro de fútbol - Fuente: Elaboración propia.*

Es así como al final se definió el tipo de personaje a implementar, en este caso es el árbitro de fútbol establecido en la parte conceptual y estructural del proyecto. Ya con anterioridad se han mencionado las razones por las cuales fue elegido este personaje pues es un elemento neutral en el fútbol, despierta tanto amores como odios en cualquier persona aficionada al fútbol y lo más importante, es un elemento representativo de lo que se debe o no hacer en una determinada situación de juego, de una manera inusual. Se busca dar a entender que las basuras no son un juego e invitar a la reflexión y apropiación de la problemática, previniendo, advirtiendo e informando en diferentes puntos de la plaza de mercado sobre los riesgos potenciales de arrojar basuras en las zonas comunes de la plaza de mercado. Otro elemento importante a destacar en la propuesta de estos personajes es el tipo de gesticulación y movimiento en el cual fueron ilustrados, buscando que a través de estas indicaciones los comerciantes se tomen esto de una manera divertida entre su labor diaria.

### **5.7.3 – Primera etapa de bocetación**

En la primera etapa de bocetación, se buscó definir las metáforas visuales y cómo interpretarlas gráficamente, al mismo tiempo se plantearon diferentes combinaciones cromáticas propuestas, realizando varias pruebas de articulación del personaje con los elementos a incorporar en la diagramación. De la misma manera se realizaron desarrollos pictográficos, concernientes a frutas y/o verduras asociadas a la comercialización en Corabastos y los cuales también están dentro de la categoría de alimentos que mayores olores y problemas presentan a los comerciantes una vez desechados a las canecas o áreas comunes de la plaza.

Por otra parte se realizaron pruebas de diseño tipográfico y diagramación para previsualizar los pesos visuales que hay entre la imagen y el texto probando las posibilidades del slogan planteadas por el proyecto. Además se buscó definir qué elementos podían llegar a ser útiles, concernientes al fútbol y al campo, que representen dichos temas en los productos.



Figura 51 - Experimentación de personajes, tipografía y gama - Fuente: Elaboración propia..

#### 5.7.4 – Segunda etapa de bocetación

En esta parte se definieron algunos elementos puntuales, como fue la implementación de pictogramas, la gama cromática y las texturas, estas últimas tienen la intención de ser referente a algún tipo de empaque que se implementa en la plaza de mercado de Corabastos, como es el caso de las cajas de cartón, los guacales o los costales, siendo estos dos las texturas más próximas a la solución gráfica propuesta para este proyecto. No se realizaron los montajes pertinentes, pero si, se realizaron propuestas para colocarlos en las canecas intermedias ubicadas dentro de las bodegas y en las canecas externas de cada una de las bodegas, haciendo un pequeño esbozo de lo que puede contener como información textual para informar a los comerciantes sobre los riesgos potenciales de las basuras en Corabastos. Recordando que el tiempo de interacción con estas es demasiado breve hay que pensar en un texto corto, puntual y consistente, sobre los riesgos potenciales, tanto



ambientales como comerciales que estas prácticas en torno a las basuras están conllevando a las plazas de mercado en general de Bogotá; la vinculación del personaje debe ser de una manera inusual en cada uno de los productos en este proyecto, es así como se exploraron paletas de tonos fríos saturados alusivos a las formas orgánicas, en contraste con tonos cálidos como el amarillo y el naranja, obteniendo un contraste por saturación de los mismos.



Figura 52 - Segundo proceso de bocetación - Fuente: Elaboración propia.

### 5.7.5 – Tercera etapa de bocetación

En esta última parte se define la armonía entre colores verdes y amarillos en los tonos elegidos; otro elemento es la textura alusiva a la madera, permitiendo generar micro entornos que potenciaron el protagonismo de los personajes desarrollados organizados en retículas ortogonales, diagonales o radiales, según cada soporte propuesto. La idea es asemejar las canecas con grandes contenedores de comida como lo son los costales o los guacales, proponiendo una intervención que se relacione y se vincule con los elementos circundantes en la plaza de mercado. También es necesario aclarar que se implementaron otra serie de tonos complementarios como es el caso del rojo para destacar el protagonismo que el personaje desarrollado debe tener en el proyecto y en la relación que este debe entablar con el observador.



Figura 53 - Definir elementos gráficos en las piezas - Fuente: Elaboración propia.

## 5.7.6 – Productos finales



Figura 54 - Productos finales identificador y canecas - Fuente: Elaboración propia.





Figura 55 - Producto final, carros de carga e indumentaria - Fuente: Elaboración propia.





Figura 56 - Producto final del calendario - Fuente: Elaboración propia.

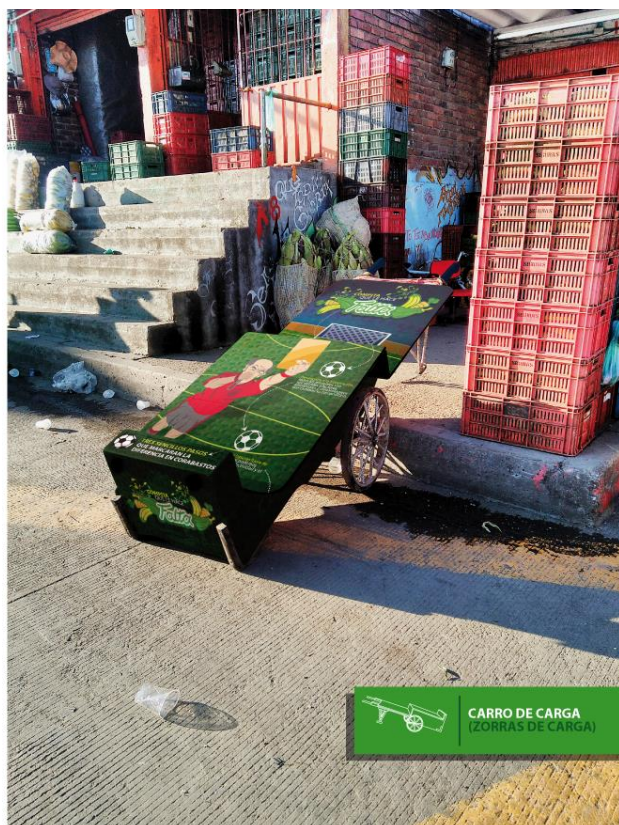


Figura 57 - Mockup carro de carga - Fuente: Elaboración propia.

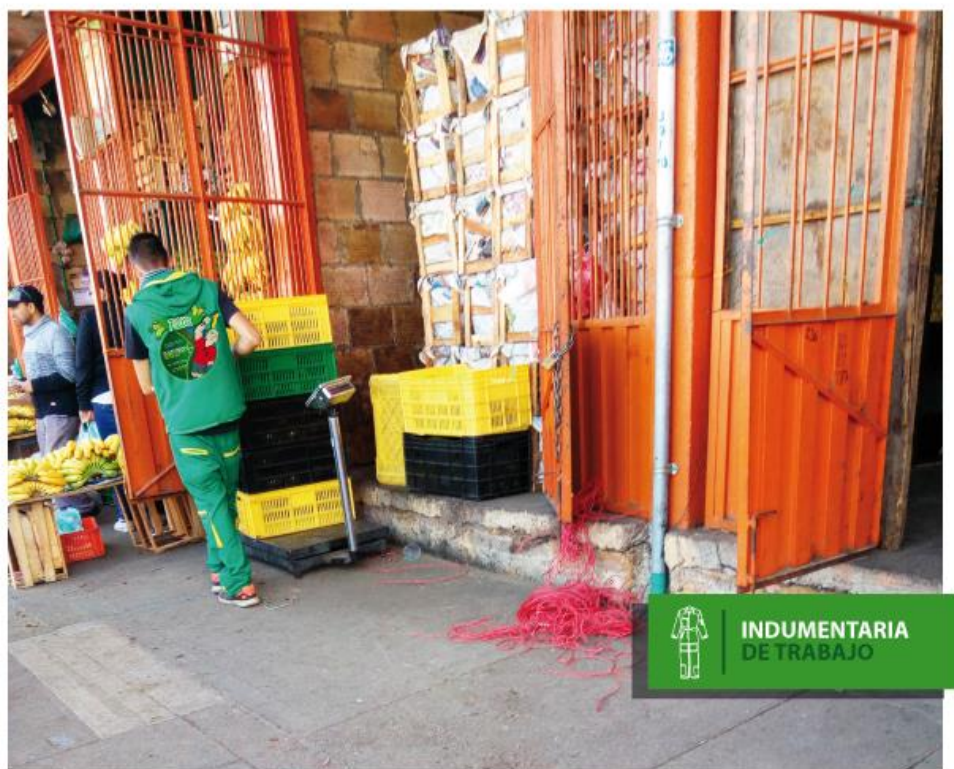


Figura 58 - Mockup, indumentaria Corabastos - Fuente: Elaboración propia.



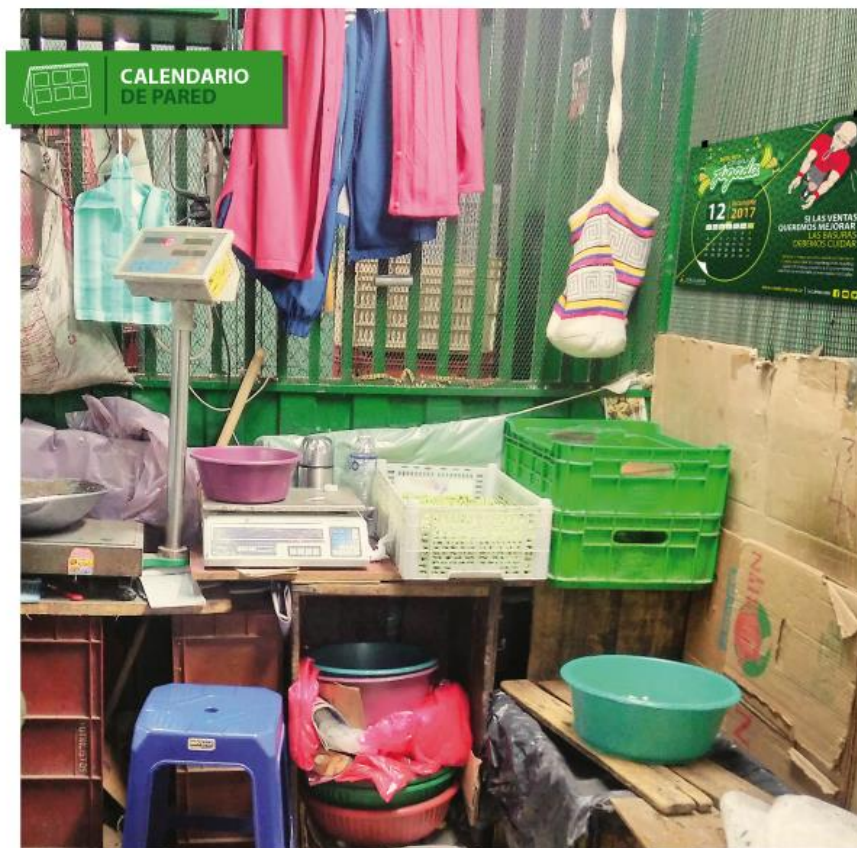


Figura 59 - Mockup, calendario y caneca de basura en Corabstos - Fuente: Elaboración propia.



Figura 60 - Mockup, identificadores puestos de trabajo - Fuente: Elaboración propia.



## 5.8 – Devolver - Evaluación

Con anterioridad se realizó en el proceso de investigación, un ejercicio en el cual de manera verbal se indaga sobre los gustos visuales que los comerciantes tienen con respecto a ciertos elementos en la plaza de mercado, entre las cuales se preguntó por los banners colocados en la zona bancaria de Corabastos, a lo cual la mayoría manifestó no haberlas visto en su gran mayoría, sin embargo, en el desarrollo de la conversación, hacían referencia a los identificadores de otras plazas de mercado de Bogotá como la de Paloquemao, el Quirigua, las Ferias entre otras, las cuales son ilustraciones vectoriales. Los comerciantes manifestaban su agrado por las mismas, diciendo que era un proceso de cambio y mejoramiento para las plazas de mercado; una parte de lo desarrollado por el proyecto fue exponer a compradores frecuentes algunos de los contenidos desarrollados, expresando risas al ver palabras tales como “Sumercé”, “Merchita” o “compita”, pues muchos en dichas palabras recuerdan a sus padres o familiares al leer o escuchar dichos textos.

La evaluación del objetivo propuesto, depende en gran medida de la voluntad política por parte de la administración de Corabastos, debido a que la implementación de los productos en los medios propuestos, debe tener un apoyo financiero y logístico, garantizando que la cobertura de dichos espacios sea total, brindando un nivel de alcance alto, en este caso los identificadores de los puestos, la indumentaria para trabajar y los carros de carga para sacar o mover las mercancías dentro y fuera de la plaza de mercado..

Es así como de acuerdo a lo anteriormente expuesto es necesario contemplar una serie de acciones a realizar para poder evaluar el alcance de los productos resultantes de este proyecto, las cuales son las siguientes:

- **Entrevista informal:** es una de las dinámicas a implementar antes de poner en curso una estrategia de comunicación para un despliegue de medios, estableciendo parámetros que permitan esquematizar dicha estrategia y su intencionalidad; este ejercicio busca una primera cercanía con los comerciantes y visitantes de Corabastos, de una manera informal, a través de conversaciones en donde, de una manera rápida se indagará sobre los identificadores visuales propuestos y el estilo gráfico implementado en cada una de las propuestas, midiendo el interés de los comerciantes, reacciones y comentarios de los mismos, encaminado a mejorar o fortalecer aspectos en la propuesta visual y comunicativa.

- **Documentar y compartir:** este ejercicio permite evaluar los productos gráficos durante la implementación de la misma en las instalaciones de la plaza de mercado, se busca a través de un registro similar al de la observación de campo, ver el comportamientos de los comerciantes alrededor de las basuras y alrededor de las piezas gráficas predisuestas en

Corabastos, manteniendo un constante monitoreo sobre los objetivos propuestos para el mejoramiento de las basuras en la plaza de mercado, en un lapsus de tiempo considerable.

**- Prototipar y difundir:** es una dinámica interesante para comprobar el grado de aceptación que ha tenido conceptual y gráficamente los elementos predispuestos para ser intervenidos en Corabastos, esta debería ser implementada en una primera parte para poder controlar los elementos propuestos de difusión directa, detectando gustos, apropiación del identificador, y utilidad que los productos tienen en los comerciantes y trabajadores de la plaza de mercado, esto se logra a través de la necesidad de los usuarios y de la continuidad del eslogan y los productos en el uso cotidiano de las labores en Corabastos, este en conjunto con la documentación de reacciones frente a la problemática y frente a los espacios intervenidos gráficamente, permitirán tener un seguimiento optimo sin tener que invertir cifras astronómicas de dinero en la funcionalidad de la solución gráfica.

De la misma manera el método de distribución de los elementos identificativos de los puestos en Corabastos debe darse por la parte administrativa de la plaza de mercado, además se pretende medir el grado de aceptación de dos maneras, la primera haciendo un registro fotográfico durante un periodo de uno a tres meses observando como las personas reaccionan frente a los productos implementados en Corabastos; y en segundo lugar, con los productos de difusión indirecta se pretende medir el grado de aceptación y propiedad de las propuestas frente a los comerciantes, viendo su usabilidad, su visibilidad y su continuidad en función de ampliar el alcance del mensaje.

## **6 – Conclusiones**

### **6.1 – La capacidad de persuasión del Diseño gráfico a través de la investigación**

A lo largo del aprendizaje experimentado en el curso del programa de Diseño gráfico, es evidente que sus diversas finalidades están soportadas y filtradas por la persuasión, encaminada a encontrar diversas y más novedosas maneras de afectar los gustos, comportamientos y modelos de selección de un determinado grupo social, independientemente de su intención, es decir que sea comercial o no. Otra, es sin duda, es la facilidad de mediar en los procesos de información relevantes para determinados grupos sociales.

Es por eso que este proyecto buscó a través de la experiencia de inmersión en la plaza, entender las causas de la problemática en la central mayorista de Corabastos y focalizar de una manera asertiva la manera de informar a los comerciantes de la plaza de mercado sobre los riesgos potenciales que la inadecuada disposición de residuos orgánicos puede conllevar para ellos y para sus puestos de trabajo, si bien informar no es persuadir, si es necesario tener en cuenta de qué manera se puede llegar a un determinado grupo social, generando una cercanía y familiaridad que dan lugar a la persuasión.

Se realizaron varios ejercicios de aproximación en los cuales se detectaron ciertas cualidades y actitudes que se tiene por parte de los comerciantes logrando así obtener un recurso conceptual que permitiera de una manera amable e inusual acercarse no solo a una posible solución a la problemática, sino que también un reconocimiento al Diseño gráfico y su oficio de comunicar a la sociedad, el desconocimiento propio de la disciplina, haciendo que las demás profesiones desconozcan al diseño.

### **6.2-La investigación en el diseño encaminada a la generación de enfoques conceptuales y gráficos no convencionales**

A través de la investigación de campo se pudo encontrar una estrecha relación entre Corabastos y las plazas de mercado en general, con el ámbito rural y a pesar de estar permeado por tendencias actuales tales como las digitales, mantiene su esencia y su tradición en la mayoría de los comerciantes y trabajadores de la plaza de mercado. En cuanto a aspectos gastronómicos, actitudinales y procedimentales mantienen su ADN funcional en la labor comercial diaria, todos estos y muchos más aspectos y relaciones se pudieron detectar y establecer gracias a la investigación, las herramientas tales como el mapeo, la entrevista y la observación de campo no participante, permitieron obtener diversos elementos que posteriormente estructuraron las formas

de comunicación y los códigos necesarios para generar cercanía con los comerciantes de Corabastos.

Lo anteriormente mencionado conlleva no solo a evidenciar la necesidad de la investigación para los profesionales del diseño, sino que en este proyecto queda demostrado que la investigación puede convertirse en la misma experimentación y apropiación de la temática a tratar, vivenciando y adquiriendo elementos únicos y novedosos que potencian la innovación en contenidos conceptuales y gráficos para los diseñadores, cuando se vivencian los temas permite la fluidez de la comunicación en un determinado proyecto, demostrando que la investigación también puede ser productiva en su desarrollo.

### **6-3 La necesidad del diseño gráfico al servicio de la sociedad**

El desconocimiento del diseño gráfico por parte de la sociedad, es uno de los factores apremiantes a resolver para poder ser tomados seriamente como profesión, esto debe partir del mismo interés del diseñador por las problemáticas sociales que lo rodean y en las cuales muchas veces se ven inmersos, conllevando a un ciclo sin fin en donde la sociedad no reconoce al diseñador gráfico y el diseñador no reconoce la sociedad a la cual pertenece. Muchas veces a diario se pueden apreciar campañas y productos que cada vez buscan parecerse más al estilo diario de vida de la gente, sin embargo nunca logran trascender más allá de una elección o una venta, en el diseño social puede encontrar métodos y estrategias de investigación que en verdad buscaran entender el diario vivir de una persona, saliendo de los estereotipos y modismos impuestos por la publicidad hoy en día, logrando ampliar la recursividad conceptual y comunicativa en búsqueda de nuevas herramientas.

Es así como no solo se apropia en verdad una temática, una idea o un proyecto, se busca generar la verdadera compenetración con los grupos sociales, logrando adquirir efectividad e innovación en los elementos que contribuirán a la realización de contenidos responsables con la formación social e individual del ser humano, logrando que las basuras sean entendidas por comerciantes y visitantes como la causante de la incursión de otras problemáticas sociales en el entorno a la plaza de mercado en la actualidad como la delincuencia, la mendicidad y los habitantes de la calle que merodean las instalaciones de la central de abastos y que hacen de este lugar algo indeseable por gran parte de la ciudad.



## **6.4 -La potencia interdisciplinar del diseño para proponer técnicas o métodos de investigación**

Es evidente que a las estrategias implementadas en la investigación permitieron entender la problemática un poco más a fondo, cuando habitualmente para muchas personas es ajena. Es innegable que la investigación exige tiempo y dedicación para obtener resultados óptimos para poder proponer una determinada estrategia sobre alguna problemática, sin embargo el diseño orientado al bien social permite la experimentación con elementos visuales a partir de técnicas o métodos tradicionales de las ciencias sociales tales como la etnografía, el mapeo y la observación de campo en entornos difíciles de acceder como es el caso de Corabastos; es así como en la estrategia planteada para este proyecto se tiene en cuenta la efectividad y la practicidad de implementar dichas piezas en un entorno donde el vértigo comercial es lo cotidiano a todas las horas del día.

Una necesidad apremiante es vincular a las demás disciplinas profesionales con el diseño, buscando un acercamiento y una construcción más profesional, funcional y social, todo en búsqueda de una buena comunicación; se propone un cambio de actitud frente a las problemáticas que circundan a la sociedad y las cuales no son ajenas a ninguna persona, la disciplina del diseño necesita más aporte del diseñador, una parte más activa, participativa, reflexiva y crítica frente a todas las problemáticas que rodean la sociedad para así poder aportar al Diseño cosas más significativas y fundamentales que imágenes sin fondo ni forma estructural en la parte conceptual.

Ya se han vislumbrado algunos de los errores y aciertos del Diseño en la sociedad y se conoce bien la incidencia que han tenido hasta el día de hoy en la sociedad, esto es un hecho innegable y aún más con la importancia que tienen las redes sociales y la conectividad inmediata que han influenciado la forma de actuar en la sociedad llegando hasta el punto de poner al producto por encima del ser humano, utilizando la persuasión y la sensación de necesidad para adquirir elementos casi de inmediato, conllevando a que el estudio del ser humano se realice de una manera parcializada, generalizada y errónea, tratando de vender una idea o un modo de vida, haciendo que se repita de una manera casi autoritaria e impuesta para poder encajar en una sociedad que por falencias críticas y éticas recae en el querer ser y parecer alguien más.

## Bibliografía

- Arana, J. y. (1983). *Aspectos organizacionales de la corporación de abastos de Bogotá*. Bogotá: Universidad Nacional.
- Arando, D. (2013). Mujeres con sabor a identidad. *Revista Carrusel*, 16-18.
- Ardila, L. (2012). *La pelea por Corabastos*. Obtenido de El Espectador:  
<http://www.elespectador.com/noticias/economia/pelea-corabastos-articulo-321579>
- Avila, A. (9 de Abril de 2012). *La razon publica*. Obtenido de [www.larazonpublica.com](http://www.larazonpublica.com):  
<http://www.razonpublica.com/index.php/regiones-temas-31/2853-la-historia-oculta-de-corabastos-ii-iotro-carrusel-de-la-contratacion-en-bogota.html>
- Barrera, G., & Quiñones, A. (2009). *Diseño socialmente responsable: ideología y participación*. Bogotá: Pontificia Univerisadad Javeriana.
- Bogotá, A. m. (2007). *Proyecto de gestión de residuos orgánicos en las plazasde mercado de Bogotá D.C*. Bogotá: G-dama.
- Bogotá, A. m. (2010). *Programa para la gestión de los residuos sólidos orgánicos para la ciudad de Bogotá D.C*. Obtenido de [www.uesp.gov.co](http://www.uesp.gov.co):  
[http://www.uesp.gov.co/uaesp\\_n\\_jo/images/documentos/programaorganicos.pdf](http://www.uesp.gov.co/uaesp_n_jo/images/documentos/programaorganicos.pdf)
- Caro, G. (1997). *La Publicidad de Bien Social*. Bogotá: Asociación latinoamericana de comunicación grupal/Bogotá.
- Cepeda Pérez, L. E. (2002). *Historia del comercio mayorista de alimentos en Bogotá*. Bogotá: Panamerica, formas e impresos S.A.
- Cepeda, M., & Santos, E. (2012). *Monografica.org*. Obtenido de Diseño Gráfico y arte activista:  
<http://www.monografica.org/02/Articulo/3283>
- Coli, E. (2014). *www.nlm.nhi.gov*. Obtenido de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/001652.html>
- Díaz, S., & Romas, P. (2008). Puesta en marcha de dos Biogestores anaerobicos con residuos orgánicos generados en la central de mercado "plaza Kennedy" en Bogotá. *Puesta en marcha de dos Biogestores anaerobicos con residuos orgánicos generados en la central de mercado "plaza Kennedy" en Bogotá*. Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Universidad Manuela Beltran.
- Durand, G. (2000). *Lo Imaginario*. Bogotá: Ediciones de Bronce.
- Galard, K., & Pelta, R. (2012). *Monografica.com*. Obtenido de Monografica.com:  
[www.monografica.org/Articulo/3152](http://www.monografica.org/Articulo/3152)
- Galvis, M. -B. (1993). Propuesta intergral de comunicación para Paulino Galvis e hijos Ltda. *Tesis de pregrado*. Bogotá, Colombia: Universidad externado de Colombia.
- García, A. (2010). *Soho*. Obtenido de [www.soho.com.co](http://www.soho.com.co): <http://www.soho.com.co/el-erizo/articulo/la-plaza-de-mercado/12576>
- Gráfico Bogotá, A. D. (2000). *Proyecto Mapa*. Bogotá: Quinta dos papeles Caracas.
- Holmes, N. (1991). *Pictorial Maps*. New York: Watson-Guptill Publications.

- Jiménez, G. (2008). *Informe de la Secretaria de Desarrollo Económico de Bogotá*. Bogotá.
- Lejón, F. (2002). *Historia del comercio mayorista de los alimentos en Bogotá*. Bogotá: Panamericana formas e impresos S.A.
- Mariño, G. (1994). *Etnografía de las plazas de mercado de Bogotá*. Bogotá: Dimensión educativa.
- Pontis, S. (2014). *Foroalfa*. Obtenido de Foroalfa: <http://www.foroalfa.org/articulos/que-es-y-que-implica-la-investigacion-en-diseno>.
- Pontis, S. (2014). *Foroalfa*. Obtenido de ¿Qué es y que implica la investigación en diseño?: <http://foroalfa.org/articulos/que-es-y-que-implica-la-investigacion-en-diseno>.
- Silva, A. (2006). *Imaginarios urbanos*. Bogotá: Editorial Nomos.
- social, R. d. (2014). *Foloalfa*. Obtenido de Foroalfa.org: <http://www.foroalfa.org/articulos/como-iniciarse-en-el-diseno-con-conciencia-social>
- Solano, G. M. (1994). *Etnografía de las plazas de mercado de Bogotá*. Bogotá: Dimensión educativa.
- Valero, J. (2001). *La Infografía técnicas, análisis y usos periodísticos*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Valle, U. d. (2002). *Compostaje de residuos orgánicos*. Cali: Unidad de artes gráficas - Universidad del valle.

# REGISTRO FOTOGRÁFICO

## COMPLEMENTO DEL DIARIO DE CAMPO

Noviembre 02 - 2014



**Noviembre 09 - 2014**





**Noviembre 09 - 2014**



**Noviembre 12 - 2014**



**Noviembre 16 - 2014**





**Noviembre 19 - 2014**



**Noviembre 23 - 2014**



**Noviembre 26 - 2014**



**Noviembre 30 - 2014**



**COMPLEMENTO DEL DIARIO DE CAMPO**

**Diciembre 03 - 2014**





**Diciembre 06 - 2014**



**Diciembre 10 - 2014**



## Diciembre 14 - 2014



## Diciembre 17 - 2014





**Diciembre 21 - 2014**



**Diciembre 24 - 2014**



**Diciembre 28 - 2014**







# REGISTRO FOTOGRÁFICO

## COMPLEMENTO DEL DIARIO DE CAMPO

**Enero 11 - 2015**



**Enero 14 - 2015**



**Enero 25 - 2015**



**Enero 28 - 2015**





# **REGISTRO FOTOGRÁFICO**

## **COMPLEMENTO DEL DIARIO DE CAMPO**

**Febrero 01 - 2015**



**Febrero 04 - 2015**



**Febrero 08 - 2015**



**Febrero 11 - 2015**



**Febrero 18 - 2015**



**Febrero 22 - 2015**





**Febrero 26 - 2015**



**Marzo 2 - 2015**



**Marzo 6 - 2015**



**Marzo 10 - 2015**



**Marzo 14 - 2015**



**Marzo 18 - 2015**



**Marzo 22 - 2015**



**Marzo 26 - 2015**





02 de Noviembre de 2014

Es día de mercado en mi casa, empiezo el recorrido como regularmente lo hago desde que tengo 7 años ingreso por la entrada número 7 hago el recorrido por las bodegas de frutas apostadas a un costado de los parqueaderos, en estas bodegas se encuentra y se guardan frutas tipo exportación como lo son, Duraznos, uvas, pera, Anón entre otros frutos que se no buscan en el momento; como es habitual con mi mamá empezamos por la Bodega de la cebolla larga, es decir la bodega número 20, en el camino veo como hay maquinaria apostada en los parqueaderos para arreglar las vías, esto lo llevan haciendo desde hace más de 6 meses pues tratando de arreglar la entrada principal y los parqueaderos, al parecer van a arreglar algunos de las calles internas de Condehesa.

a la salida de la bodega 20, después de comprar Zanahoria, cebolla y demás empiezo a ver que la gente como las conductores de tractores y camiones y los coteros o Zorrueros, empiezan a utilizar los espacios entre los camiones para armar lo cual está haciendo dicho para inviable.

Los verdaderos de alimentos se empiezan a ver más a eso de las 8 de la mañana, estamos en la bodega de los naturalizer la número 19, es de las lugares más aseadas para comprar alimentos, la contaminación de estos es menor, debido a que no hay mucho flujo comercial en estas bodegas, quizás por lo lejos o tal vez por que los verdaderos no son de mucho aflujo para el comercio.

05 de Noviembre de 2014

Hoy vengo con la intención de observar y no de comprar, es de las primeras veces que vengo con otra intención más que comprar, así que cambio mi ruta de recorrido con la intención de descubrir lo que sucede en los lugares que nunca he frecuentado y que hago mucho tiempo no visito; entro por la entrada principal la número 1, ingresar por acá es tedioso pues es bastante retorcida la entrada de las bodegas, la entrada está siendo reformada, al pasar ven a quitar los cables y los muros enteros que han habido por caer en carabastos.

Llego a la bodega popular y como siempre está repleta de gente por todos lados, el ritmo de trabajo es más acelerado que el día domingo, me establezco en la subida al restaurante del segundo piso de esta bodega, pues tienen una buena vista y puedo observar mejor el panorama, logro ver que se empiezan a ver obras en la vía, organizando material y señalización en este punto, trato de buscar recolecciones de alimentos de las conecas pero no se ven, logro ver a una señora de quinquía está recogiendo algunos alimentos del suelo; voy hacia las bodegas de granos entro las bodegas 1 y 4, el flujo comercial es alto, pero no hay tanta gente como en la bodega popular, continuo hacia la bodega 17, parece otro lugar, pues no se ve gente por ningún lado, es más es demasiado limpio y tranquilo, llego a la bodega 17 y veo que allí recolectan de manera ordenada los residuos de hospitalizar y lo almacenan en una bodega, después de 1:30 de poco ruido que entro a las 7:00 AM me digo a salir por la (bodega) número 7.



09 de Noviembre de 2014 (Día de Mercado)

Un día de mercado en la casa el cual comienza a las 7:00 Am ingresando por la Puerta 7, en la calle de la Bodega minúscula, han empezado a intervenir la calle es un poco más tranquilo transitar por acá, aunque para cruzar por allí se está volviendo complicado para usar unos tabloncitos que sirven como puente y que se vuelve estrecho con el paso de los carros y los coteros; en la calle parada, las calles de la bodega verde y de la cebolla, es decir las bodegas 29, 26 y 25 se han vuelto intransitables pues entre las desperdicias de la fruta y la cebolla, ahora se suman los trancones de buses y tractomuleros intentando dar la vuelta para salir de la plaza.

El olor a amon en la bodega 20 es cada vez más fuerte, los recolectores de alimentos empiezan a verse entre las canecas, sobre la bodega 25, hay una caneca que es muy frecuentada por los recolectores, hace muchos años que no venía a vender o hacer merca entre las canecas; esta caneca contiene muchos productos que son desperdicios como frutas y verduras entre mezclados, llevo con mi mamá a la parte final del mercado y como es habitual espero en una parte, mientras ella compra frutas, a mi lado espera una señora y al rato me doy cuenta que vive con su familia y recoge alimentos de las basuras, ella espera y los miembros de su familia van por la plaza con baldes a recoger, vienen comiendo banano en un punto de madurez muy alto, comen y cortan y vuelven a desecharlo que no sirve en el juco, finaliza el recorrido cerca de las 8:10 un poco más denso por los obres internos en corachas



12 de Noviembre de 2014

Es Miércoles, día de visita en cababastos. Empiezo mi recorrido como el miércoles anterior entrando por la puerta número 1 hago el recorrido hasta llegar a la bodega popular, Mayorista y minorista, en donde ubo el segundo piso y me quedo a mirar durante 30 a 40 minutos buscando observar dinámicas y prácticas sobre las bodegas; se observa reuniones que desgranar arvejas y sacar las cascotas en costales para desecharlos en las afueras de las bodegas; a pesar del inicio de obras se continúan vendiendo recaderos de bonitos, en mayor cantidad, personas de envejecido edad que buscan alimentos entre las canecas.

Tiempo transcurrido continuo el recorrido por las bodegas de cababastos, dirigiendome hacia las bodegas 3 y 4 en las cuales se comercializa productos de granos, aceites y aceites; de estas bodegas y las alejadas a estas, se producen desechos de cartón y bolsas plásticas que no pueden llegar a ser útiles para su reutilización, pues en estas empaquetan mercaderías y productos al detal para los comerciantes.

Como es habitual voy buscando la bodega 8 en donde se comercializan hortalizas y verduras; en el camino el flujo de gente es casi nulo y el de automoviles y camioneros ha aumentado debido a las obras de mantenimiento vial sobre las vías principales de la plaza de mercado; continuo desde la bodega 18 a buscar la puerta 7 para salir de allí y paro por un lugar casi inaccesible entre las bodegas de plátanos y las de cebolla y demás, el paro a pie es complicado el barro en las calles de esta parte de la plaza es constante; después de una hora y veinte minutos salgo por la puerta número 7.



16 de Noviembre de 2014

Es día Domingo, entro a las 7:15 de la mañana, vengo sin intención o pretexto de comprar o hacer nada por la casa, sin embargo entro por los puentes y hago el recorrido habitual como si fuera a hacer.

Cruzo las bodegas para encontrar en la plaza de mercado la bodega 29, donde se encuentran las bodegas de las frutas y la cebolla larga para observar la continuidad de abastecimiento de bananas en carabaitos, como es habitual desde hace poco de un mes por las trabas de acceso de la mala vial este espacio entre dichas bodegas se ha convertido en un lugar de diversas problemáticas, la movilidad es compleja tanto en carro como a pie, los senderos son estrechos, pues toca caminar entre zonas, cultivos de productos y cabañas; entre los autos y camiones los transeúntos son numerosos, llegando al punto de gastar más de una hora en tratar de pasar o salir de la plaza de mercado; las bananas se acumulan más en los senderos y los huecos entre bodegas en las zonas de construcción se hace por tablas. Continuo el recorrido hacia la bodega 18 la de hortalizas y observo que las hortalizas y demás productos se envían o acumulan organizados y empacados en las zonas comunes, el desorden es alto, pero al mismo tiempo los desechos orgánicos acaban en los senderos, en este lugar varias recolectoras se organizan para recoger, hojas de lechuga, ajo, cebolla, entre otros; hay un recorrido por las bodegas de aguacates y plátanos en donde se observan algunos de estos productos esparcidos por caminar sobre las calles; al final llego a la entrada y subo los 8:15 finalizando así el recorrido.



19 de Noviembre de 2014

Es día miércoles en el cual voy con una intención adicional a la de ir a observar las dinámicas concernientes a la plaza de mercado. Este miércoles voy con la intención de realizar un cuestionario con el cual desarrollar un mapeo en algunas puntos de la plaza de mercado para detectar, mostrar y pensamientos sobre la problemática de basuras así que realiza el recorrido por la plaza de mercado casi como el recorrido que se realiza el día del mercado; con anterioridad ya se había hablado con algunos comerciantes para realizar dicho ejercicio; los primeros ejercicios se realizan en la bodega mayorista y minorista, luego por las bodegas de frutas cebolla, papa, papas, hortalizas y plátanos.

Como denominador en esta actividad, los comerciantes empezaban a resolver y/o perturbar en el ejercicio, pero se encontraron dificultades de tiempo pues tienen que atender a los clientes y despachar mercancías, lo cual conlleva a que varias allegados y vecinos de las puertas adentro a ayudar a resolver el ejercicio; sin embargo fue algo positivo debido a que a medida que se desarrollaba el ejercicio los pezones se iban saltando más a tal punto de haber con propiedad y confianza en el tema de las basuras y los desechos orgánicos. Esto a su vez conlleva a que los entrevistados se relacionaran con otros pezones comerciantes de Corabastos para continuar el ejercicio lo cual permite develar una serie de detalles que son imperceptibles en la observación de campo y que permite tener una mejor apreciación de la problemática y las consecuencias en contra de las basuras; esta vez el recorrido se inicia a las 7:30 de la mañana y finaliza a las 10:00 de la mañana en la puerta número 7 de Corabastos.



23 de Noviembre de 2014 (Día de Mercado)

Es día Domingo, día de mercado, el recorrido inicia a las 7:00 de la mañana, ingresando por la puerta 7 donde circulamos con más tranquilidad por las bodegas mayoristas, la bodega reina las bodegas 26, 25 y 24 donde empezamos a comprar la cebolla larga, en este camino hacia la bodega se ha vuelto complicado y hacer las compras es complicado, hay que cruzar entre tablones, reducciones de espacio de circulación y en algunos casos hay que rodear bodegas o darle (ve) vuelta a las mismas para poder continuar el recorrido; en la bodega 20 los desordenes son continuos, dado que en este lugar es donde se comercializa la cebolla larga y en las andenes y las calles se limpian la cebolla, se corta las ramas para no hacerla tan larga, y en algunos casos se pelan para dejarlos limpios; a pesar de que esto se hace cerca a las canchales grandes no es suficiente el espacio y el tiempo para recolectarlas, apenas hay lluvia en la plaza de mercado y el lodazal es incontrolable, puede ir a llegar a caerse, vea con detenimiento que varias de las comerciantes están utilizando botas blancas y impermeables para continuar trabajando.

Continuamos el recorrido hacia las bodegas de haba, plátano y papaya que hay en la parte posterior a la de las plátanos, en este lugar hay una cancha en donde se recolecta los desperdicios de las vendedoras ambulantes y lo de las bodegas 25 y 24, cuando van grupos con niños los introducen en dichas canchales para buscar, Zanahorias, frutas y cebolla, entre 5 y 10 minutos pasan personas a buscar en dicha cancha. Llegamos a final del recorrido y observo por cerca de 15 a 20 minutos mientras espero que terminen de hacer compras, los desordenes habituales de basura, Zoneros, comerciantes y demás no se observan, debido a las lomas que cierran el paso por la obra que se lleva en la plaza, finalizo el recorrido a las 8:20 saliendo por la entrada 7.



26 de Noviembre de 2014

Iniciamos el recorrido el día miércoles a las 7:30 de la mañana ingresamos por la puerta número 1, camino hacia la bodega mayorista y minorista en donde subimos a las escaleras del segundo piso de esta bodega y observamos allí por cerca de 30 minutos, el resultado es poco debido a las obras viales que se hacen allí las basuras se acumulan en las esquinas de cada una de las bodegas, no se observan recoletores de alimentos en las canchales, las zorreros y loteros se convierten bastante para poder transitar en las andenes y andar y sacar mercancías de la bodega, continuo buscando las bodegas de granos para observar que hay un buen flujo comercial y las desechos son espasmodicos, dado que algunas cosas son compradas por otros compradores de productos como tomate, limón y fresas en general, para ser reutilizadas y exportar dichos productos, las plásticas en estos días de lluvias se convierten en obstáculo importante pues ayudan a desestabilizar el camino, o a ensuciar el mismo.

Desde la bodega 4 continuo en buscar la de hortalizas, la número 23, en el camino el barro disminuye hasta llegar allí, sin embargo la bodega 14 y 19 se comercializa papa y yuca y el barro abunda en dicho lado, la bodega de hortalizas estaba enmendada, por estar mezclada entre barro y residuos de hortalizas y verduras; las bodegas de las plátanos y aguacates están en las mismas, en general toda la plaza está enmendada, los recolectores que se logran ver allí escarban entre el barro y recolectan alimentos de allí para consumir en sus casas, para finalizar busco la salida por la puerta número 7 finalizo el recorrido a las 8:30 de la mañana.



30 de Noviembre de 2014

Es un domingo, vengo de visitar al coronabudo  
Inicio en las 7:30 de la mañana y realizo  
el recorrido habitual, como si fuera a merced,  
me cruzo con varias de las personas que me  
acompañan con el ejercicio de mureo, me  
presuponen que en el ejercicio me sirvo y me  
dan algunas cosas más, pues se disculpan por  
no poderme brindar más tiempo para el ejercicio  
realizo algunas preguntas acerca de sus  
gustos, y de hecho me entero de noticias  
actuales acerca de seguridad, movilidad, el  
proceso de paz y hasta de los deportes:

Hay en el recorrido se ofrecen varias  
personas recolectando, sin embargo en las  
cercas de la bodega reina, la bodega mayarista  
y minarista, la bodega número 14 y 19, son donde  
más se concentra la mayor cantidad de recolectores  
recogen tanto dentro, como fuera de las cercas  
alimentos que son mostrados, oscuros, grandes  
por tamaño, o mezclados entre otros como  
surtos y cenizas o colillas de cigarrillos, cenizas  
a llorar y tengo que escapar en las bodegas  
de plátanos, y logro ver que algunos de los  
comerciantes de plátanos regalan aquellos que  
están bastante duros o rajados. ellos van  
a los recolectores y les ofrecen dichos plátanos  
para que los consuman. Algunos de las personas  
que recolectan reciben dichos alimentos, otros  
no, tal vez por desconfianza o tal vez por  
algo de vergüenza o disgusto, en estas temporadas  
gracias a las lluvias transitar por la plaza  
de mercado de coronabudo es complicado, hago  
un pequeño recorrido por la parte posterior de  
los aguacates y encuentro allí una zona donde  
ayudan las guacales para comercializar la  
mandarina o alguna otra fruta, finalizo el  
recorrido saliendo por la puerta número 7  
a las 8:40 de la mañana, un día lluvioso  
como lo fue el domingo.





03 de Diciembre de 2014

Día miércoles de visita y observación en Corabastos, ingreso por la puerta número 1 y encuentro con sorpresa que esta se la están interviniendo, al parecer las grandes ruercas de metal van a ser removidas o colocadas de otra manera, el paso por esta entrada se está limitando a un solo carril; voy en busca de la bodega mayoreta y minorista, en donde me posiciono en un segundo piso buscando hacer algún registro escrito de lo que allí sucede; hay intervención de la policía y el personal de seguridad, al parecer están buscando algo o a alguien, están pidiendo papeles y haciendo vacíos a personas que pasan por allí. Hay en día hay verdaderos, pocos, pero hay personas buscando en los bordes de las andenes; los desechos se ven formando a causa de la caída de alimentos en la entrada y salida de las bodegas algunas se entremezclan con el barro y la tierra proveniente de la lluvia; continuo hacia las bodegas 3 y 4, en donde se comercializan los granos, en el camino a dichas bodegas el paisaje es impresionante y más impresionante ver como coteros y zonereros sacan los obstáculos del camino con grandes cargas de mercancía; las bodegas donde se comercializa tomate, papa y yuca están abastecidas de productos en descomposición; en las bodegas de granos la mayor cantidad de desechos son de plásticos, los capes de cartón son recolectados para ser reciclados o reutilizados, los plásticos por haber estado con barro, agua u otras sustancias no sirven mucho para dicha recolección; bajo hacia la bodega de hortícolas y la del plátano, el barro es constante y el tráfico de vehículos es bastante en esta zona debido a las obras que se realizan en diferentes puntos de la plaza de Corabastos finalizo el recorrido después de una hora, a las 1:30 de la mañana saliendo por la puerta número 9.



06 de Diciembre de 2014 → (Día de Mercado)

Es día domingo, día de mercado, inicio el recorrido a las 7:00 Am, ingresando por la Puerta número 7, cruzamos por la Gasea popular y la reina pero el paso de la reina es un poco más, ya los baldos no están y toca hacer saltos para cruzar entre la arena que se está colocando en la vía, al cruzar la Gasea reina y llegar a la de la Cebolla donde iniciamos los caminos de la Vuelta Completa por el desecho de grandes cantidades de basura en estado de descomposición la cual es pisoteada y entremezclada con Gasea y residuos de Gasea, Pinta y mandarina, al cruzar la calle el ambiente es con la Cebolla la Zanahoria y la Yuca, mezclada con otros sustanciales provenientes de los puestos ambulatorios de comidas, fritos o cachos de fritos son desechados tanto dentro, como fuera de las Gaseas solas de las Gaseas preparadas allí o al lado de las cubetas o vasijas implementados para servir estos alimentos, muchos utilizan desechables o plásticos para vender sus productos y estos se ven caer y se entremezclan con la Gasea de las Gaseas; esta dinámica es recurrente hasta las Gaseas de plateras y a continuación por entre las Gaseas cruzamos y caminamos algunos de estos productos, en la parte de las plateras; un grupo de comerciantes informales se comienza a organizar para vender frutas como mandarina, duraznos, kiwi, naranjas entre otros, que se venden en volúmenes por 3000 o 5000 pesos espesos en la Gasea popular a que más tarde conducen sus compras, hasta que ellas terminan observo pasar de 3 a 4 grupos en un lapso de 20 a 30 minutos que venden de los bajos alimentos y que continúan en el mismo lugar, esto se ha estado concenando en los extremos de las Gaseas, se finaliza el recorrido a las 8:20 de la mañana, en día bastante lluvioso.



10 de Diciembre de 2014

Es día mercado de visita para observar  
vendedores de la plaza de mercado, el recorrido  
inicia a las 7:30 de la mañana, iniciando  
por la puerta número 1, la plaza desde la  
entrada se encuentra enlazada por las  
lluvias que habrán en días anteriores, las obras  
en este lugar hacen entender que las puertas  
de esta entrada al parecer van a ser quitadas  
y la cabina donde se cobraba la entrada a  
todos los automotores, no alcanza a ver cómo  
es dicha dinámica ahora; busco la bodega  
popular y veo con detenimiento que las  
cosas de arveja y de Manzana son  
desechadas en las andeneras sin ningún control,  
las lluvias y lo lejano de las canecas hace  
que las personas desechen las canecas sin  
ningún control, además de la precariedad del  
concreto que no permite tener un control estricto  
hoy veo algo particular y es que las canecas  
internas que se ven dentro de las  
bodegas son amantadas hasta las grandes canecas  
apostadas en las afueras de las bodegas;  
continúo el camino sobre las bodegas de granos  
y hortalizas y el ruido es completo dada la  
cantidad de bano que hay en las andeneras  
y en las calles; llegando a la bodega de  
hortalizas empiezo a ver personas que se  
encargan de recoger basuras y varias canecas  
dentro de carabastos, lo particular de esto  
es que hay grandes distribuidores dentro de  
la plaza de mercado, acompañados de mini-  
tráctores que con su fuerza acumula  
grandes cantidades de basura que no es llevada  
al mismo tiempo empieza un carro de basura  
o una volqueta a circular por la plaza  
para recoger y desocupar las canecas apostadas  
en las afueras de cada una de las bodegas  
no detengo o seguir el trabajo de estas  
personas durante 20 a 30 minutos, finalizando el  
recorrido a las 8:45 de la mañana.



14 de Diciembre de 2014

Día Domingo, el recorrido inicia a las 7:00 de la mañana, ingreso como es habitual por este día por la Puerta Número 7, y hago el recorrido como es habitual, cuando voy a mercur, así que cruzo por la bodega popular y la bodega remon; cruzar por estas dos bodegas se vuelve cada vez mas complicado por las obras que allí se realizan en la vía de (las) transitar las Automoviles y camiones en general, la parte positiva de estas obras, es que los desahues de basura son menos frecuentes y se centralizan en las partes posteriores de cada una de las bodegas; hoy no hay llaveros en la plaza de mercado, pero el desahue y desahue en la bodega 74 donde se comercializan la cebolla larga, el tomate y la zanahoria, se ha vuelto demasiado complicado en todos los aspectos, entre las canecas de esta bodega se ve gente entrar entre las canecas a buscar alimentos, hay pater en esta bodega en donde se comercializan productos varios como hostalicias y legumbre de todo tipo. Ademas de esto, se recolecta de las uñas que quedan entre las andenes, estas uñas se entremezclan con las aguas con las cuales lavan la papa común y la papa criolla, en la bodega de las hostalicias el desahue es variado, pues para mejorar la presentación de los productos, desechan las hojas superiores que recogen el mugre y se machukan en la maizalada de los productos de un punto a otro; por otro lado en las bodegas de los plátanos se comienza a ver desmenuzación del producto y en algunas casas varias bodegas o mejor puestos han cerrado o cambiado de personal y/o dueños. Continuo el camino para salir y veo en las puertas que están entre las bodegas de las cebollas y las ajíes una caneca que es bastante recurrente para recolectar productos, entre los cuales sacan guayaba y freijolón, concluyo el recorrido a las 8:10 de la mañana saliendo por la puerta número 7.



17 de Diciembre de 2014

Es día Muertes de visita, en esta vez voy con un familiar que trabaja cerca de 10 años en Corabastos, es un tío y lo que busca es relacionarse con otras personas que no trabajan en puestos, es decir tratar de hablar con coteros o cargadores y vendedores informales de comida preparada y productos varios, como lo son alimentos, ropa, utensilios para el trabajo, herramientas, ocio y entretenimiento entre otros. Ingresamos con mi tío por la Puerta Principal y buscamos llegar a la Gasega Popular, en este lugar nos detener a comer Gallina en un puesto ambiente que está al nivel de las buses y camiones que transitan por allí. Hay otros puestos y en lo que a comer se refiere, por el olor y la presentación de la comida, hace que se le abra el apetito al que sea; nos toca comer de pie porque las butacas de las cuales dispone la señora están ocupadas, mientras comemos con mi tío hablamos de lo que pasaba en la plaza. Unos minutos, cuando las vigilantes con el tener de los congresantes, los cucaracheros y vendedores que se encuentran muchas veces muertos entre los productos y la inseguridad tanto dentro como fuera de Corabastos; nos dirigimos a la calle entre las Gasegas 13 y 10 y mi tío encuentra, muchos conocidos, pero los más allegados que son primo de él y amigos no están, se han ido a trabajar a pueblos cercanos o boyas o están descansando en los mismos, pues viven (alrededor) fuera de Bogotá volver a la salud número uno con mi tío en el recuerdo le pregunto acerca de las personas que recolectan de las basuras mientras él hace algunas cosas, dice que le da pena, pero al final de vender me dice que el que puede hacer pues mucha gente según lo que el ha visto es muy quisquillosa para recibir algo regalado, finalizamos el recuerdo cerca de las 8:40 de la mañana, después de un bono y recuerdo.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 • (57 1) 300 0248  
300 259 9103 • aprendemosas@yahoo.com.co





21 de Diciembre de 2014 → (Día de Mercado)

Es día de mercado en la casa, es domingo y inicio el recorrido a las 7:00 de la mañana, me dirigí a entrar con mi mamá por la puerta número 7, la cual se dirige hacia la querida ciudad de Cali; esta calle que hace el recorrido de Comabastos a la Avenida ciudad de Cali, es bastante compleja la delincuencia y la situación y orden social en este lugar es difícil, se logra ver la policía perseguir delinquentes por las ruas, carceres o combastos, delinquentes robar a transeúntos y automoviles entre otras. Hacemos el recorrido habitual pero esta vez no cruzamos por entre la bodega popular y la bodega reina, cruzamos por un lado de estas bodegas, hasta llegar a las bodegas 25 y 23 donde realizamos los compras de la cebolla larga, la zanahoria, la cebolla cabezona, el ajo y las verduras. En estas bodegas la recolección de almendras es para, por la cantidad de boro y suciedad que afectan los boro en las grandes carceras, sin embargo hay boro resaca que verdechan con guinda de entre el boro que se genera en estas bodegas. En la parte posterior de la bodega donde venden aguacates y bananos, donde están los puestos de venta comercial mariana, el boro es bastante pero la recolección allí es bastante recurrente, pues al parecer aquí se comercializan productos en cosecha; al final expiro y agredo sobre la bodega mayanilla y mayanilla en donde se cargan los últimos elementos que necesitamos para la semana; logro ver algunos puestos vendiendo marihuana, son puestos que cargan y venden en puestos de mercado, comercializan la marihuana en las calles, cerca a las zonas que se ocultan en las ordenes, es bastante mercado un estar al lado de este lugar finalizamos el recorrido a las 8:15 saliendo por la puerta número 7.



24 de diciembre de 2014

Es día miercoles y voy a empezar el recorrido por el entrono número 1, como es un día especial dado que es 24 de diciembre, las personas corren mas de lo habitual, es mas, se logra ver mas grupos de familias comprando productos para la cena navideña y el posterior asado o comida del siguiente día, como a la bodega mayorista y minorista se encuentran unas muestras de ventas donde se comercializa productos finos, tales como lanchas, jamones, carnes finas y demás, las cuales hoy estan atestadas de gente; el ritmo de trabajo hoy en carabastos es el doble de lo habitual, sin embargo, el consumo de licor en casi todos los puestos, parece que es lo vital y necesario hoy para decir, feliz navidad, se logra ver muchas personas embriagadas, más de lo habitual, por las calles de la plaza de mercado; estando ya en el punto de observación se puede apreciar que ya al parecer van a empezar a paucamentar, la obra al fin de cuentas dura de 3 a 4 meses en desarrollarse y ya es necesario, ya que en los andenes de duchas calles, ya es muy complejo transitar, arremetido de butas de comida, zonas arastadas a un lado de los ya vehículos calle para transitar, y otros pasando y chiflando con su carro, hacen el tránsito bastante estrecho para el transeunte a pie. Continuo hacia las bodegas de granos y allí hay mucho comercio hay de vino y galletas y tambien onchetes lo complicado es que la compra de estos productos generan grandes cantidades de cartón pues algunas cosas se compran meciendas entre varias practicas, al final salgo por la puerta número 7, el camino de hoy a la ciudad de cali es bastante pedregoso, la policia trata de hacer control reduciendo ruido, pero el comercio de drogas, la delincuencia y las personas borrachas por esta zona la hacen bastante compleja de cruzar.



28 de Diciembre de 2014

Es día Domingo, voy a monumento de visita a la plaza de mercado, entre los comerciantes las vecochas entre ellos son mas de lo habitual, lo que mas se escucha es decir entre ellos "nosela por inocente", ingreso por la entrada número 7, el ritmo de compra en la plaza es un poco mas suave que el que habia el miercoles pasado, en la plaza de mercado, al entrar son las 7:00 de la mañana, y se ve que en las vias que se estan arreglando estan aplicando la primera capa de asfalto; luego visito la bodega vean que como siempre, tanto dentro como por fuera, expone olores bastante fuertes, sea con productos frescos o en descomposición, entre ellos se destacan, el bonito, el lulo, la papa y la mora, sobretodo cuando esta en descomposición continuo hacia la bodega de la cebolla larga en donde el barro hoy es mas del habitual se entremezcla entre conchas de cebolla, el tallo que se corta de la misma y se desecha en cualquier lado, y los zanahorios que tambien se desechan por lo diminutos o por que han pasado demasiado de su mejor presentación. En la bodega de las hortalizas y verduras en la parte posterior se estan recolectando desechos de verduras para implementar como abono o como elemento para hacerle uso del compost; en la parte frontal de esta bodega las desechos son un poco controlados, pero en las afueras todavia hay desorden de basuras, luego cruzo por la parte posterior de las ruinas de rioneros en donde se comercializan varias productos alli el barro es abundante y las conchas estan enterradas de personas recolectando alimentos de las basuras; concluyo esta visita a Canabastos despues de un hora y quince minutos es decir a las 8:15 de la mañana la plaza ya se percibe un poco mas sola y desocupada de lo habitual, debe ser que algunos comerciantes se han ido a vacaciones.





11 de enero de 2015 → (Día de Mercado)

Es un domingo, luego de de dos semanas de descanso, regreso a las cosechadoras de campo que voy habitualmente, entro por la entrada número 7 y nuevamente el recorrido con mi madre por corralesitos. Lo primero que veo las bodegas de los frutos y la bodega de leche, las cosas están casi finalizadas pero, todavía hay algunos mallos que limpian que las tractadoras y camiones, mientras por esta zona lo más es que las canecas se han empezado a colocar, donde estaban antes, y las cosechadoras de bodega de comenzar a recibir, en los nuevos días y ya se comienza a ver personas vendiendo alimentos en estas (por) bodegas; la bodega de frutas y la de caballos, continúan en los mismos, los mismos desordenes, lo que se veoleando entre las canecas y fuera de ellas; en la bodega de las hortalizas el desorden de bodega es poco pero alrededor de la bodega es bastante sucio, hace bastante tiempo que no ingresaba a dicha bodega y el barro por dentro de esta bodega es bastante particular, por que el barro se forma de las hojas caídas de varios de los productos que allí se comercializan, ya me daba que las personas pisaban dichos productos el suelo se vuelve cada vez más indeseable por eso en esta bodega las personas o mejor los comerciantes utilizan para trasladar allí botes plásticos, continuo por los puestos de plátano, banana y aguacate algunos de los puestos han cerrado y se han convertido en bodegas, en la parte posterior de dichas bodegas donde están las puertas cerradas (los puestos) informales, el desorden allí continúa y las canecas que allí hay, continúan con grandes desordenes, por los andenes, al final después de una hora y cuarenta minutos finalizan las actividades de mercado a las 8:15 de la mañana saliendo por la puerta número 7.



18 de enero de 2015

Es un domingo e ingreso a Combarbas por la puerta número siete a las seis treinta de la mañana, realizo el recorrido habitual de día de mercado que hago con mis perros hoy por la bañera número veinte cinco, donde se comercializa cebolla larga y zanahoria, a pesar que van dos sin llorar, el garraza que se produce acá, es bastante y casi frecuente, siendo este un tipo de línea que en la plaza, pues en las bañeras venturo y donde el baño continúa a lo largo de estas zonas, zonas donde se comercializan papa y yuca y el uso del agua es recurrente para lavar los productos y darle un aspecto de frescura frente a los clientes; una vez observado eso como busco la bañera venturo, al salir por el otro lado hay gran cantidad de hortícolas y canchales de carga, por entre las cuales uno debe cruzar, realizando este cruce es inminente y avanzando el día a once, al parecer catorce y convulsion de arches canchales, utilizan estos empujes para mover, luego a la bañera de hortícolas la número 23, en donde el deber de lavar es cada vez mayor debido a que detrás de las puertas adentro a las entradas, se están organizando del espacio común, mudando las ordenes con productos y empacamentos y resub olivados en estas zonas continuo y bajo por las bañeras de plátano y aguacate; también se observan desechos aguacates desechos en los ordenes, así que necesito caminar por la calle entre las canchales continuo mi recorrido hasta encontrar nuevamente la puerta número siete y ante de llegar observo que hay una gran cantidad de oncos y hojas de morarica que son jubulas a un conchale como un vino en un puesto ambulante ubicado a ello y me dice que se lo lleven como concha a veces y caballos en fincas cercas a Masala, finalizo el recorrido a las ocho y treinta de la mañana.



21 de Enero de 2015

Dio los cuartos de visita, pero esta vez  
cambio la ruta de los mercados, empezamos  
por la puerta número siete, vamos a que  
hay disponibles un día a la vez tres cuerpos  
para la casa; como por la bodega número  
y me encuentro con mi tío en la red de las  
de carbastos, comprar por las bodegas 6  
y 12 buscando papa y yuca por arobas y/o  
bultos, además de otra serie de productos  
para un almuerzo que una tía tiene en casa  
por consiguiente mi tío visita varios negocios  
donde o tiene conocidos o realizaba comprar  
cuando él tenía su propio negocio de luchas  
acumulamos con todas las compras en un  
puesto en la bodega 12 donde compramos dos  
bultos de papa, es así como en cada ve  
compramos o se ensamblados, nos entregan  
productos como mango de azúcar, maní  
frito, frijoles, y mandarina, en cajas de  
montepulga, aceite enlatado, por otra parte  
los bultos como son de mazorca, papa  
plátano y yuca los voy a llevar  
al lugar donde se están acumulando los  
productos para llevar; una vez finalizados  
las compras, debemos buscar un camión o  
un taxi que nos lleve con esa carga  
hasta casa, después como de treinta  
minutos buscando quien nos lleve, al final  
una mini van nos va a llevar e ingresamos  
nuevamente a la plaza para buscar un  
camión que nos lleve y nos sube la  
carga hasta la puerta número ocho, mientras  
esperamos la zona compramos gallina y carne  
mientras suben la carga al camión finalizamos  
y nos bajamos al camión en eso de los  
muñe de la manzana, un poco incómodos  
y en medio del tráfico comiendo gallina



25 de Enero de 2015 → (Día de Mercado)

Es Domingo día de mercado con mi familia en inicio el recorrido a las seis y treinta de la mañana ingresando por la puerta número siete; recorrimos las zonas comunes en busca de la bodega número veinti cinco, para comprar cebolla cabeza y cebolla larga, comenzo a realizar observaciones acerca de los lugares recurrentes que se pueden encontrar en las puertas de mercado, logrando en identificar elementos como los números de las puertas en diferentes sectores, tales como carton, faldas de moda proveniente de Guacatán, Cardulines y demás. Comenzo a realizar indagaciones acerca de temas como politico, religion y deportes siendo este ultimo el que de mayor interés se logra, conlleva una relación con los vendedores de cebolla; Continuo el recorrido con más poder buscando la bodega número veinti tres en donde se compran hortalizas y vegetales de diferente tipo mientras dando voy a la parte posterior de la bodega dieciocho, en donde cruzando la bodega de hortalizas donde el desorden de desperdicios es desordenado, por el otro lado de esta bodega el desorden es controlado y se clasifican los desperdicios para ser utilizados en otros procesos de compostaje y reciclaje.

Continuamos el recorrido por las bodegas de las plataneras y los aguacater realizando compras de dichos productos, finalizando en la bodega mayorista y minorista de carabatos, donde se finalizan las compras de la casa, mientras observo en las oficinas de la bodega minorista, identificando zonas de Carteras donde se colocan avisos de se vende o se ofrecen, inmuebles, puertas y automoviles. Algunos avisos de identificadores de recursos, y ventas de overoles para trabajar en carabatos, mientras se observan varias personas en grupo reunidas en las cercas de bodega recorriendo caminos de las cercas de bodega, saliendo a las ocho de la mañana por la puerta número siete.



28 de Enero de 2015

Es un mercado, donde recorrimos de observación en carbastos, ingreso por la puerta número 1 en donde están las redes de frías y observo que están madurando las cavietas de cabro, al parecer las puertas las van a bajar, después la plaza de mercado por sin límite de ingreso o salida de mercancías, por otra parte las volcúles están funcionando a media marcha y los camiones y tractomóviles hacen largas colas para poder pasar sus vehículos; voy hacia la bodega mirando y subo al segundo piso donde desayuno, y observo cerca de treinta minutos, varios elementos como por ejemplo, los comerciantes y trabajadores han improvisado caminos para cruzar de la bodega nueva a la bodega mirandita entre tablas y rocas apiladas, para evitar dar la vuelta a la bodega y así poder cruzar los camiones, algunos de esto se han visto los mallas que cubren la obra, por entre las calles transcurrieron y trabajadores van y vienen, incluso las domiciliarias de camión usan este espacio con dicha precaución continuo el recorrido hacia la zona administrativa donde hay sucursal como sherré, limón, organizas y legos del rubro, los musica popular y la sucursal del resto de la plaza de mercado voy por entre las bodegas de verduras, cebolla, laranja y frutas siendo esta última la más deteriorada por el mal olor a basura y a basura estroada que abunda dentro de esta bodega, la bodega reña; compro una ensalada de frutas para llevar para la casa, que es muy rica por solo tres mil pesos, finalmente salgo por la puerta número siete y voy caminando hacia la avenida cruzal de lado a lado de las ocho y dieciséis; algo curioso en el camino es que hay un camión al lado de los bodegas que acueda a esa zona.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 • (57 1) 300 0248  
300 259 9103 • aprendemosas@yahoo.com.co



Aprendemos SAS  
formación para la vida



Entre Todos  
Aprendemos



01 de Febrero de 2015

Es día Domingo, día reconocimiento y observación en la plaza de mercado, ingreso por la entrada número 7 y hago el recorrido normal que se realiza en día de mercado con mi familia, voy por la bodega reina que es la bodega tradicional de comercialización de frutas, continuo sobre la bodega número veinti cinco y hago un recorrido completo a los puestos de comercio que hay en dicha bodega, encuentro una gran cantidad de barro y todo dentro de estos bales, resultante del campo de cebolla larga, pues esta se lava y se le corta muchas veces la rama sobrante de dicho producto; esto se entremezcla con el barro y con el agua convirtiéndose este barro en algo inabarcable si no se tiene unas buenas zapatas con agarre o bates pontoneros para poder andar o cargar algo por estas bodegas, hay que moverse rápido, pues los cables o zancos pasan con cargas inmensas y para silbando y corriendo para llevar sus cargas a las bandas de acumulación o recolección que el cliente les pide, muchas veces las cargas son muy altas y le piden el favor a un par que les ayude a cargar o descargar cosas de sus hombros, a veces para descender o a veces para que se les caen al chocar con la persona de la entrada por la cual se están moviendo; en este día he notado observar más detenidamente y por un tiempo diferentes bodegas en momentos estruendos de tiempo temido (raro) en ciertos o punto de referencia las tiendas o puestos alejados que me permiten observar detenidamente las prácticas en varias bodegas, a diferencia de las bodegas múltiples no hay según para observar, finalizo el recorrido a las ocho de la mañana saliendo por la entrada número siete.



04 de Febrero de 2015

Es día miércoles, es día de visita y de observación en la plaza de mercado de capobarriles. Inicio el recorrido a las seis y treinta de la mañana, ingresando por la puerta número siete, en el recorrido a los puertos de trabajo en la bodega mirasol, observo varias puertas de fruta que están arreglando frutos en grandes cantidades tales como uchuva, mandarina, plátanos, frejolón y guayaba, encuentro gran cantidad de cascos de uchuva, ya que es la hora de arreglar y la empaquetan para comercializar en otros puertos de trabajo, hago la observación referente en la bodega mirasol en el segundo piso durante 30 minutos y continuo recorriendo en observar sobre la bodega número 3 donde el ambiente es distinto, el ruido es casi nulo, el desorden de bodega es controlado y casi controlado, los residuos de cartón y plástico son recogidos y reciclados en grandes faldas o costales, los únicos que se dejan por fuera son los copes de cartón que posteriormente los recicladores se llevan para venderlos en otros puertos de trabajo como empaque para productos como tomate, manzana, mora entre otros productos. En estas bodegas los camiones son cargados de una manera más tranquila y organizada a las pedradas en estas bodegas de grano lo llaman raneros, en el interior de los camiones se puede observar que solo se cargan productos de grano, no se logra ver camión de alimentos orgánicos de los puertos más individualizados como la bodega roja o las bodegas y redes de fríos, la observación es sencilla y no se detectan alteraciones y finalmente después en esta parte de la plaza, lo único es que cuando llegue se logra ver que los copes más maltratados se desmenuzan convirtiéndose en barro y se van para alcondonillos; el recorrido finaliza a las ocho de la mañana saliendo por la puerta número uno.



08 de Febrero de 2015 → (Día de Mercado)

Es Domingo día de mercado y voy a recorrer la plaza de mercado con mis padres; ingresamos por la puerta número siete a las seis y media de la mañana recorrimos a dicha puerta, se ha convertido en un conito enorme, debido a que el aumento de bares y lugares de prostitución han aumentado, el conito está plagado de personas borrachas y jóvenes drogados, enteros en la plaza es un poco complicado y nada placentero algunas veces por el bar y los malos olores, pero el conito de donde lo deja el bus o uno hacia la entrada de Carabastos se ha convertido en lo más concurrido de los vestíbulos; una vez ingresamos con mis padres, realizamos el recorrido habitual entre las bodega 25, 24 y 23 que son las de la cebolla, la zanahoria y las hortalizas bajamos por la zona de aguacates y plátanos observando personas que venden volutas pequeñas de fufu, como mandarina, naranja, peras variadas entre otras, intentamos comprar pero nos danes cuenta que en el fondo los frutos es demasiado madura al punto de estar dañada continuamos hacia la bodega número 21 a comprar el maicito frito y mientras mi madre realiza sus compras nosotros esperamos con mi padre en las afueras de la bodega número 21 las obras casi concluyen, ahora las desbarbantes son de lona y polietileno; mi padre me acompaña en la compra de el conito de sustitución para obtener al lado de nosotros sin personas propietarias de puestos que se la repartan en las puertas comercializando dichos paquetes, muchas personas vienen y van y en veinte minutos que estamos hay con mi padre observamos los gran cuñales de personas que vienen a comprar, ordenamos casi diez personas, finalizamos el recorrido a las ocho de la mañana saliendo por la puerta número siete.



11 de Febrero de 2015

Es miércoles, día de visita y reconocimiento en Carabastos, continuo a ingresar por la puerta número siete (a) a las seis y treinta de la mañana, voy por la bodega roja a hacer una observación detenida en dicha bodega busco un lugar determinado para poder observar bien la dinámica de dicha bodega, hay una uetita alrededor de dicha bodega encontrando en las zonas comunes denso de gente, mercancías y zonas en orden que dan mucho más recuerdos y más altas que las de las otras bodegas; el comercio en las estantes de dicha bodega es alto, vienen camufla, tinte, sumidero y banyeros que a pesar de falta de medidas higiénicas, el olor y la presentación de la camufla abre el apetito a cualquier persona; me siento en uno de estos lugares y miro un guiso de gallina con arroz y papa, mientras lo miro observo, grandes cantidades de papaya desechos plásticos y mandriles incandescentes entre otras las trabas de mano en otros platos de fruta papaya, el flujo comercial es alto al grupo como en otros y observo con mucha finalizo mi plato de camufla e ingreso por la bodega roja, el comercio es intenso ya que el espacio de circulación es en la bodega es muy pequeño, y la gente va y viene mucho más rápido de lo habitual, logro observar incluso frutas que no conocía, casi ahora todas las frutas vienen en las libelitas, algunas como otras frutas que dicen los comerciantes combates el comer y otros enfermos, al final de las bodegas voy hacia el banco y tomando lo cual hace casi invariable este lugar, al final también veo residuos de caracoles de cerro opalados al lado de puestos de comida baratas, finalizo el recorrido a las once de la mañana.



15 de Febrero de 2015

Es domingo día de visita a carabastos en inicio el recorrido a las seis y treinta de la mañana ingresando por la puerta número siete, en el recorrido del camino para ingresar por dicha puerta, veo como hacen el robo a un taxista en cercanías en la puerta por donde ingreso, dos personas se acercan al taxi y apuntan con un arma al conductor del vehículo quitándole el celular y el dinero producido hasta ese entonces, los ladrones huyen por un costado que está repleto de bodega que limita al mismo tiempo con carabastos, después de la compleja escena me dirijo a hacer la visita respectiva a las instalaciones de plaza de mercado, esta vez me detengo a observar las dinámicas de comercio en la bodega número 11 y 12, en estas bodegas se comercializan productos como tomate, yuca (hierba) hortalizas, arracacha, entre otros hago un recorrido por la parte exterior de estas bodegas encontrando con grandes depósitos de basuras, mayormente de yuca y tomate en los alrededores, logro encontrar unos puestos improvisados en donde se comercializan productos a menudeo tales como ají, habichuela, Zorrillo, Maracuya, lulo, mandarina, Varonia entre otros; al decir verdad en estas puertas hay muchos desechos de diferentes productos que se entremedian con otras basuras, pero en sí abundan más los desechos de tomate; continuo en ingreso y hago un recorrido por las bodegas al decir verdad en donde se comercializa yuca el baño es constante debido a que los comerciantes le echan agua a la yuca y la arracacha para que tengan un aspecto fresco, por otro lado la bodega de tomate no presenta algarazas ni tantos desechos como en la parte exterior de estas bodegas, se escuchan una gran cantidad de ruidos de tomate y limón, finalizo el recorrido a las ocho de la mañana, saliendo por la puerta número siete.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 • (57 1) 300 0248  
300 259 9103 • aprendemossas@yahoo.com.co





18 de febrero de 2015

Es día Miércoles y entro por la entrada número siete a las seis y treinta de la mañana, en el camino a dicho (bodega), entrada la segunda se ha doblado en incluye han colocado un car. móvil cerca a la plaza de mercado de corabastos; voy observando en el camino que me conduce a la red de Frios de Corabastos; cruzo por la entrada número siete y me adentro en la bodega minorista las mujeres en su mayoría se están encargando de desgajar albarja, moraca, y frijol, observando que muchas de las mujeres se mantienen en las afueras de las puertas de comercio, luego observar al mismo tiempo que las personas que desgajan albarja, recogen las cascavas en costales y lo amastan hasta la puerta más cercana botando en las andenes de la zona común de la plaza de mercado; continuo hacia la red de frios y busco algunos cosas que hace años no me detenía a observar como buscando los carros de finto diseñados con forma de horchomula o camión de carga, veo la red de frios que están en frente de la bodega minorista, observo puestos de venta de pescado, productos lácteos, carnes refrigeradas, entre otros han colocado otra zona de productos, como lo son granadillas, uvas chilenas y duraznos, según entiendo son productos importados, pero a buen precio, me siento y luego observar cerca que el flujo comercial no es alto, mas sin embargo si realizan varias demandas a amarreros cercanos y en las parquederos adyacentes a esta zona son involucrados por camioneros y carros para acarrear de mercado, de igual manera, los zones están amastados en esta zona esperando clientes, muchas personas vendedores utilizan la red de frios y la wigen que allí está, como punto de referencia para encontrarse con otros vendedores; las mujeres allí casi son camioneras por varios ruidos de amarreros y todo al igual que platos de comida y cubiertos desechables.



22 de Febrero de 2015 → (Día de Mercado)

Hoy es día Domingo, día de mercado en mi casa y voy a comprar el mercado con mis papas, ingresamos a las seis y media de la mañana entrando por la puerta número siete realizamos el recorrido usual cruzando por el lado de la bodega miravita y reitón, en un emprendimiento que hay en este sitio, han construido un altar con un reloj en la punta y en la parte izquierda está decorado con maracas, olivos o figuras religiosas, continuamos en búsqueda de la bodega número veinticinco para comprar la cebolla larga, y la zanahoria, cruzamos por la bodega veintiseis y llegamos a la bodega de las hortalizas para comprar lechuga, coliflor, espinacas, brócoli entre otros alimentos, los desayuneros de basuras como ajonjolí y chícharo en las bodegas anteriormente mencionadas, basuras por la zona de los platos, los basuras y el albarico y en esta zona se ven muchas agujas doradas en los cueros blancos, hay heras observadas con mi padre mucha gente vendiendo de las basuras, con cuchillos o cueros melindres entre las canchales de basuras empacadas en los cueros de las bodegas, al mismo tiempo van cargando con el paño las partes dañadas de los alimentos y van guardando o van cargando entre ellos, algunos venden desayuneros con mi padre que la gente escupe bola papeler de higueras, coliflor de ajonjolí, ajonjolí, puerros entre otros; escamosos en las afueras de la bodega miravita mientras mi madre miraba algunos cueros faltantes de fruta; venden con mi papa que se dice comercialmente drogas que las personas buscan entre las basuras y que las dan al parecer otros manebres en la parte más interna de la plaza de mercado de carabastos; finalizamos el recorrido con mis papas a las ocho de la mañana saliendo por la puerta número siete con buenas compras.



25 de febrero de 2015

Inicio el recorrido el día miércoles a las seis y treinta de la mañana ingresando por la puerta número siete, caminando desde la antigua ciudad de Cali hasta dicha puerta, son aproximadamente de seis a siete cuadras por caminar, en las últimas vueltas los bares y burdeles han aumentado de una manera notable, los barrachos y los mostachos abundan en las calles aledañas a dicha puerta, ingreso por la puerta anteriormente mencionada y hago el recorrido habitual por la boleta número trece; los lonos que cubren los días de arreglo de la malla vital, las máquinas se han movido en otras zonas de la plaza de mercado para ser intervenidas; esta vez voy hacia la boleta número trece, en la cual se comercializan para por bultos o camión completos, es la boleta que solo ofrece este producto en todas sus puertas de comercio; hay un recorrido en la parte exterior de la boleta número trece y desde ahí por un lado hay contacto en frente con puestos de comercio de diferentes productos, atestados de personas y alrededores de bares, me parece allí poco caminar por los alrededores es imposible, los puestos son imprecisos en las ordenes y llevan ya bien tiempo allí; por otra parte de esta boleta, es silencioso y entra en contacto con las boletas de ventas de productos de grano, el desorden de bares es poco y la circulación de personas por esta parte es poca, el ingreso en esta boleta las puertas de ingreso a dicha boleta la número trece son cada uno de los puestos cada uno de estos cruzan la boleta de lado a lado y el uso del agua para lavar los bultos es abundante y constante, además de esto utilizan algunos manguitos para lavar trapa y frascos de vidrio para mercar los bultos con las iniciales de los clientes es una de las boletas más calientes y tranquilas para recorrer, finaliza la visita a los archivos de la memoria



01 de Marzo de 2015

Tomando una de visita, hice el recorrido en las zonas y frentes de la manzana ingresando por la puerta número siete, voy por el lado de la bodega número 1 y la bodega 2, en este lugar han finalizado el obelisco con el reloj y las imágenes con mosaicos religiosos en la parte inferior, el flujo vehicular allí es abundante y los trámites en este punto son ágiles en donde las camionetas hacen de entrar o salir cerca de una hora; recorro las bodegas de cebolla larga, zanahoria, tomate y habichuelas, como siempre el desorden y las malas olanes de las bodegas son normales sobre todo en la bodega de la zanahoria donde entre las camionetas y tractores el olor a orina es incómodo y cada vez más frecuente; como por la parte posterior de la bodega de las habichuelas y veo varias camionetas recogiendo desechos de origen vegetal; hablo con un persona que tiene un puesto ambulante de lindos y nuevos y me cuenta que lo llevan para fincas y utilizarlos como comida para caballos y ganado, recorro las bodegas de los dicúes a la bodega 7, en donde muchos comerciantes me indican que por este lado es donde se procesan los desechos orgánicos para uso del compost; algunos comerciantes utilizan estas bodegas para almacenar productos, y la situación es casi completa de no ser por tres o cuatro personas se cruzan en mi camino, me gana desconfianza y sales de allí buscando la bodega 8 que que está en la zona administrativa de Carabobo que permanentemente visito, como por entre las bodegas buscando la salida número uno, en el camino hasta allí los bodegueros comentan, considerablemente, mucho ruido generado en las áreas que cubren las manzanas sales por la zona uno a las ocho y diez de la mañana.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 - (571) 300 0248  
300 259 9103 • aprendemosas@yahoo.com.co



Aprendemos SAS  
Formación para la Vida



Entre Todos  
Aprendemos



04 de Marzo de 2015

Es una mierda, inicio la visita a combates  
en los seis y cuarenta de la mañana  
ingresando por la puerta número siete  
barrando plaza a la zona administrativa  
de la plaza de mercado, darada a otro  
lado de la puerta por la cual ingreso  
voy hasta la bodega roja y de hay subo  
hasta la zona de perequeros, particularer  
en frente de la red de fríos; en el camino  
puedo ver unos vehículos ambulantes que  
venden unos productos tales como, ropa,  
zanahillas, naipes, machetes y cuchillos y  
comida, como lo es gelatina, sandwich,  
platos de comida preparados, entre otros.  
alrededor de dichos perequeros, hay unos  
puestos donde se vende comida y hay unos  
vendedores en donde uno puede comer; es el  
departador de uvas verdes, fufufuya, lechona  
pelonja y gallina por porciones; al mismo  
tiempo los desechos de platos de icoper  
y vasos desechables se abundante en los  
alrededores de donde los niños comen y  
retoman dichos platos; continuo recorriendo la  
zona administrativa en donde hay una plazaola  
central con bancas y demás ferreterías, tenderías  
financieras, pero como oficina administrativa y  
demás, los basureros en esta zona de la plaza  
de mercado son nulas y la gente que llega  
por esta zona es poca, voy a hacer hervores  
bancos y demás, hay bastante policía debido  
a que en años anteriores se han presentado  
casos de fleteo y robos a personas que  
meten o retiran granos contenedores de dinero  
esta parte de la plaza se parece mucho  
a central de abastos del norte todavía  
muy barata, organizada y limpia, tiene de  
malos olores; al final salgo por otra  
puerta distinta la número tres que me deja  
cerca al barrio bradilla y al parque Cayetano  
Carrión, una zona que no se me pareciera a  
barrio hongo rojo, la visita finaliza en la  
vía y salida de la mañana.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 - (57 1) 300 0248  
300 259 9103 - aprendemosas@yahoo.com.co

 **Aprendemos SAS**  
Formación para la Vida

 **Entre Todos  
Aprendemos**



08 de Marzo de 2015 → (Día de Mercado)

Hoy es día de mercado en la plaza de Corabastos con mis padres, es Domingo y ingresamos a las siete de la mañana por la puerta número siete; pasamos por el lado de las bodega minorista y reina, y entre estas dos bodegas, no llevo más de un mes desmenucidos de cascacas de uchuva y morrones picados, en los anillos hacen remodelados de estas bodegas; continuamos el camino hacia la bodega número veintidós, donde comerciantes siempre se realizan las compras con la cebolla larga, sin embargo debido a la hora no encontramos cebolla en las bodegas, o decir verdes; lo raro que queda es verlos por aislas y grandes cantidad, no mal se debe comprar en otro lado; y el "paisa" le ayuda a conseguir con sus amigos la cebolla (cabeza) larga que buscamos; de la misma manera, se nos dificulta conseguir Zorahua y cebolla cabeza en las bodegas grandes de dichos mercados; continuamos a la bodega de hortícolas donde compramos lechuga espinaca y uvas; entre las siete y treinta de la mañana en esta bodega se comienza a ver pasados trabajando para recoger los derechos de las boques movientes de los productos que allí se comercializan; seguimos hacia la bodega de los plátanos en donde la señora que allí nos atiende me pregunta si la ayuda para el proyecto había servido ella me había explicado y me decía mucho en que consistía recalcando los plátanos dañados; continuamos y seguimos el camino hacia la bodega minorista; en el camino compramos guayaba y granadilla; seguimos con mis padres en los anillos de la bodega minorista, estando a eso mi mamá como la fruta faltante, no vamos con ella por lo pesado que son los espacios de esta bodega para comprar, al final salimos de la (6a) Plaza a las ocho y treinta rumbo a las instalaciones para comprar el mercado de la casa.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 • (57 1) 300 0248  
300 259 9103 • aprendemossas@yahoo.com.co



Aprendemos SAS  
Formación para la Vida

Entre Todos  
Aprendemos



11 de Marzo de 2015

Es miércoles de ceniza en Colombia en  
ingreso por la plaza número siete; esto  
vez voy como a bodega número veinte  
tres donde se comercializan las verduras  
y las hortalizas producidos acá en Colombia  
y en la región condiboyacense, en el camino  
observo una gran congestión vehicular por  
la parte de la bodega número veintitrés  
que dan hacia las bodegas de bananas y  
aguacates; en esta parte de la plaza hay  
varios puestos de comercio informal donde  
ellos se pueden encontrar productos de gran  
calidad a bajos precios, allí los comerciantes  
compran aguacates o guías de papa crulla  
moneda lavada y demás y lo empaquetan en  
bolsas benvenidos y organizadores de diferente  
manera con precios que van desde los  
mil hasta los tres mil pesos; circular por  
esta parte de la plaza de mercado es  
difícil pues las zonas comunes se comparten  
con los puestos de comercio, las casas y  
camiones de carga, los peatones, cocheros  
y carros que cruzan por este lado de la  
plaza de mercado de lado a lado.  
Finalmente llego a la bodega veintidós a  
la bodega de las hortalizas; encuentro un puesto  
donde puedo ver y comprar algo en las afueras  
de la bodega de las hortalizas, pero observar  
en este punto que muchos de las hortalizas  
se arrojan y se desechan para venderlas  
en otros puntos de la ciudad; los desechos  
de desechos orgánicos por fuera de las canecas  
que normalmente se llenan con la gran cantidad  
de productos que se arrojan y se clasifican  
en este lugar, el flujo comercial es bajo  
pero aun así la cantidad de conchillos y  
productos empacados en esta zona es abundante  
al igual que la cantidad de desperdicios, finalizo  
el recorrido saliendo por la puerta número  
uno a las ocho y treinta de la mañana



15 de Marzo de 2015

Es (miércoles) Domingo he iniciado la visita a Corobates a las siete y quince de la mañana ingresando por la Puerta número siete; Como entre las bagajas menores y la bagaja vaina, observo a varios personas merodeando las canoas externas y los andenes buscando cambio que recolectan y quedan en catalina o carros de mercado al mismo tiempo consumen dichos productos para probarlos y saber si están tal como buenas para comer o no. Bajo por las bagajas de aguacater y plátano, hay un veredillo por esta zona que me conduce a la Puerta número seis, dando salida a un camino elevados a la plaza, me dicen que se llaman monton paze; un barrio complicado que tiene problemas de pendallas, drogas y prostitución, incluso hay una calle llamada el Caruchito donde se converge cualquier consumo de drogas, prostitución y demás. Regreso hacia las bagajas de plátanos y aguacater, a un cortado veo una gran pila de guacales vacuos, que son re ensamblados para re empaquetar otros productos nuevos que carecen a el segundo piso de las bagajas donde se vende aguacater es una especie de billar, bar, juego las ocho de la mañana ya hay gente tomando, me hayo sobre la vereda y observo muchos automotrices moviéndose, los comerciantes botan productos desde a las vier por donde pasan las vehículos, estirpandoles y formando otros clares de burro y mater clares en esta zona; la cantidad de aguacate que se comercializa allí es alto; sin embargo el comercio es controlado y la noche, reanjan los aguacater he incluso hecp. abrí vender aguacater caliente de las clientas; continúo hacia la Puerta número uno y observo que están buscando arreglar las redes de camiones a la entrada uno, salto a las ocho y treinta y cinco por la Puerta número uno.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 • (57 1) 300 0248  
300 259 9103 • aprendemosas@yahoo.com.co



Aprendemos SAS  
Formación para la Vida

Entre Todos  
Aprendemos



18 de Marzo de 2015

Es día de visita en la plaza de mercado de Carabastos; día miércoles y son las siete de la mañana, esta vez he ido a recorrer los alrededores de Carabastos desde la avenida (calle) de Caló como hasta las cercanías de la puerta número siete, continuo derecho y obiendo al lado derecho calles donde se venen objetos de segunda mano y en un costado obiendo la calle llamada el cortuchito, donde se consume y se consumen drogas en cantidad y abundancia hay bastantes recicladores y habitantes de la calle recolectando y/o vendiendo, lampas, herramientas como hachetas, pinzas de punta, pinces y demás; hasta llegar me detengo en el centro; continuo hasta llegar a la intersección de donde me encuentro con la entrada a la plaza de las flores una plaza al lado a carabastos, donde se venden productos tales como pescados frescos; frutas y hortalizas y flores por su puesto; la plaza es pequeña pero por (lomos) lo menos es más fácil circular por allí, se pueden encontrar hamsters, gallinas, pollitos y ratones como mascotas como los son conejos y peces Australianos en la zona de pescados los cuales cambian mucho; el desorden y la cantidad de barro entre excrementos y olores de pecados naturales a decir verdad y como experiencia propia, en mis pocas comprobaciones he estado en la plaza de las flores, sin embargo varias veces el pescado no vale, denado o podrido, le echen sal y colorean la ballesta de pescado para darle un aspecto fresco; por consiguiente desisto de comprar en estos lugares; al salir salgo y continuo el camino hacia el centro, son las ocho y treinta de la mañana como ceca de dos cuadras y llego a la avenida de las amercas donde puedo coger un tremendo que anda bastante en resaca.



22 de Marzo de 2015 → (Día de mercado)

Es día Domingo, día de mercado en mi  
causa, por consiguiente voy con mi padre  
y voy al mercado habitual, ingresamos a  
los pasos seis y cuarenta de la manzana  
por los números siete, empezamos  
los compras por la bodega número veinti  
cinco, donde compramos la cebolla larga  
en el campo, los desechos de las bananas  
son abundantemente hasta este punto de la  
cebolla larga, desde los entera hasta  
algo la banana aumenta considerablemente  
continuamos a la bodega veinti cuatro  
donde compramos la cebolla cabeza, esta  
vez la compramos por atados, que vienen  
con lazo y viene con una bolsa desde la  
cabeza; al comprarlos nos dicen que si  
quieres que los desgranen o no, mi padre  
dice que si y sacan la cebolla y  
baten el resto al oven de la bodega  
continuamos a comprar habalzas; y después  
que hay varias personas recolectando de  
los bananas para el consumo propio, a decir  
verdad es uno de los lugares más limpios  
para hacer esta práctica; por otro lado  
pasamos por el lado de la bodega de  
chocolate y plátanos donde circular a difícil  
y sabemos que hay más personas recolectando  
guayaba de las ramas de banana de  
coralales; vamos y compramos evaluado de frutas  
frutas en la bodega veinti y mi padre  
terminamos de comer la evaluada con mi  
madre, esperamos a mi mamá y me hace  
señal para ver que continúan viendo  
Marhuana y pasco en esta zona de la  
plaza de mercado; nos reunimos al final  
con mi mamá y empezamos todo el  
mercado final; compramos papa y habalones con  
el señor dueño del (los) puesto; habalones de  
política, después y uno que otro comestible  
Jocoro; terminamos las compras en las ocho y  
después salimos por la entera número siete.



25 de Marzo de 2015

Es Merced, día de visita y reconocimiento de la plaza de mercado de Carabostas ha falta de tiempo me (al da) faltan por visitar los entornos de las bodegas entadas dos, tres, cuatro y cinco; estos entados estan en frente de las antiguas carpenterías de techo; esta zona es bastante sola y silenciosa la gente solo para coger transporte; en esta zona abunda o la falta de personas o transporte, baires no se perciben en esta zona; a llegar a la bodega número cinco, que llega muy cerca a el parque Cayetano Canizales, un parque muy grande y bonito, sin embargo el barrio rodea dicho parque es complicado, en un rodeo de bodegas que se caracteriza por la gran cantidad de delincuencia que entre las calles de esta zona habita, entro por la entrada número cinco y veo como unas bodegas que parecen vacías son embargo son utilizadas como lugares de entadas, carga y descarga de muchos cosas y exoticas, como lo son lentera melonadas, suplementos vitamínicos, entre otros más; llego a la bodega número ocho donde ya me voy a ir y hay un breve recorrido por la zona de venta de frutas hay pocas cosas de carne baratas en otros lugares, no diria nada las bodegas miradas para hacer una observación sobre el segundo piso, hay bastante cantidad de merca que están en los entados, al parecer hay cantidad de este producto; observo que la congestión y demasiada precupitud en las labores de los trabajadores, hay contenedores repletos que son llenados en exceso de mercancías al amercar estas parecen que solo abunda en los llantos traseros de dicho contenedor al final y después de una hora y media de visita salgo por la entrada número uno a las ocho y cuarenta de la mañana.



29 de Marzo de 2015

Es Domingo día de visita de observación  
en Corabastos, ingreso a las 8:00 y cuenta  
de la mañana por los puestos número  
siete, en el camino a dicho pueblo, anteriormente  
mencionados, observo en el campo que están  
vendiendo celulares y tablets de marcas  
desconocidas; las personas se amontonan para  
ver dichos productos y observo con mucha  
presión, que llega un Gacotexista y recibe  
de la mano de otra persona, uno de ellos  
modestos y se lo entrega en la parte de  
atrás de la cintura; otros dos personas  
hacen lo mismo. Al ingresar en Corabastos  
observo que han colocado una pancarta  
con la imagen de un joven, un pasaporte  
de reconocimiento popular en donde se les  
dice a las personas: "Sumera Gota  
basta habiendo congresos, nos escuchan el  
coro o la de la compañía es, algunos  
series; hay un recorrido por 4 o 5 bales  
y solo observo uno de estos recorridos, a  
están bien arriba de las bales; en un  
80% tampoco han tomado las bales;  
de cobro para que ingresen las autos;  
y los puestos han colocado sistemas de  
seguridad o de freno a las ruedas, que  
se ocupan desde dichos puestos de  
control; de la misma manera han aumentado  
la recolección de basuras por funcionarios  
de Corabastos; pasan con conos grande  
y sacan manualmente basuras de las  
conchas y las meten en dichos contenedores  
para ser llevadas a la casa o a otra  
lugar; desordenan algunas conchas, más  
sin embargo el punto acá es, mayor  
control de conchas, desquitar al interior  
de la plaza de mercado; salido de  
la visita observo a un niño sacando  
residuos de basura con su pala; arrojando  
a nivel horizontal y volviendo en los contenedores; fuduo  
la visita a las ocho y hora se volvió por  
la puerta número uno.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 - (57 1) 300 0248  
300 259 9103 - aprendemosas@yahoo.com.co

 **Aprendemos SAS**  
Formación para la Vida

 **Aprendemos**  
Entre Todos



01 de Abril de 2015

Es miécoles, ingreso por la puerta número siete a las siete y diez de la mañana recorro algunos de los puestos que en los últimos años han colocado cerca de esta puerta, la número siete. En estos lugares se pueden encontrar puestos que venden productos lácteos, frutas tipo exportación como la uva granadilla, durazno, uvas, guayaba, papaya, entre otros; esta vez converso a realizar recorridos por la plaza de mercado, buscando detectar elementos gráficos recurrentes que los comerciantes implementen en sus puestos de trabajo, así que comienzo por estos puestos. Casi un 80% de estos tienen pizarra o cartel para identificar su negocio; casi todos o todos al apellido del propietario o de los propietarios y otros más hacen referencia al nombre del hijo o los hijos, realizan un juego de apellidos y graficados para denotar el nombre de su empresa o negocio. Otros tantos solo se dedican a hacer referencia a las productos que venden; los avisos de los negocios no están al nivel, están bien ubicados en la parte superior de cada uno de los puestos; hago un recorrido rápido por la galería inferior y encuentro a la mitad de ella en la parte de arriba un tablero donde se pueden colocar clasificados de compra o venta de inmuebles o de terrenos de predios de mercados o de otros negocios, también encuentro dos avisos a nivel vertical que indican la venta de minutos y otro que indica la venta de uvas Isabellitas, que son especialmente almed con el cáncer; finalizo el recorrido saliendo por la puerta número uno a las ocho de la mañana.



05 de Abril de 2015 → (Día de Mercado)

Hoy es domingo, día de mercado en mi casa  
donde se realiza la visita con mis padres  
a Carabastos; ingresamos por la puerta número  
siete a las siete de la mañana ingresamos  
recorremos las bodega mirones y veamos  
para encontrar la bodega número veinte cinco  
para iniciar las compras de cebolla larga y  
cebolla cabeza de mano otros elementos  
gráficos que rodean los diferentes puestos  
ubicados en las bodegas; los únicos que hay  
diferencia son elementos religiosos, edulcorantes  
de la virgin maría, y del divino niño, opalales  
en las cajones que sirven como casilleros para  
guardar, uñer, plata y la ropa de cambio  
para salud de carabastos. Continuamos el recorrido  
hacia las bodegas de Carabastos que comercializan  
productos vegetales y hortícolas, mientras mis  
padres ven los productos a comprar, mientras  
yo busco elementos gráficos recurrentes en la  
la plaza de mercado, en esta bodega observe  
muy pocos elementos gráficos, solo personas  
en donde se enrollan los hortícolas tales como  
el cilantro o las albahacas, algunos al dolo  
otras solo para enrollar o colocar en el  
cuello; continuamos por los alrededores en donde  
se ve el mismo periódico para formar las  
guirlandes de plástico, ya que por parecer  
se comercializan en otras bodegas; continuamos  
en la bodega mirones y allí el contenido  
gráfico es abundante, más que todo de  
fertilizantes religiosos, calendarios con imágenes  
de animales y paisajes y calendarios de empuje  
y demás, además de periódicos como losa son  
el ADN y el Québo; por fuera de la bodega  
hay como una mesa para vender a las  
compradoras a veces determinadas frutas  
en la bodega mirones; en las bodegas de  
las frutas hay personas que meten a  
o no baten buena fuera de las casillas  
frutales la visita a las ocho y hechas  
de la mañana salimos por la puerta número  
siete.

Carrera 24 N°. 40 - 77 Of. 402 - (57 1) 300 0248  
300 259 9103 • aprendemossas@yahoo.com.co



Aprendemos SAS  
Formación para la Vida

Entre Todos  
Aprendemos



08 de Abril de 2015

Es alim miércoles día de visita en la plaza de Corobastos, entro por la puerta número siete que conduce a la avenida ciudad de Cali, reviso la bodega revha y comienzo a ver que algunos puestos de mercado están entrando en una remodelación, en donde al parecer, según lo que logro observar, piensan unificar los diseños de fachadas de los puestos de mercados, hay que hacer claridad que en estos puestos hasta el día de hoy solo garantizaban un espacio determinado para que un comerciante lo adecue a su gusto, sin contar sin algún soporte alguna bodega o alguna puerta o vega que asegurara el que de mercancía, las personas ordenan por comprar un mueble que utilizan como mostrador de material metálico o de madera y lo aseguraban con candados o cadenas para salvaguardar algún elemento importante del puesto como lo son sillas, mesas, veras, boleros, costales, plásticos, entre otros.

Continuo recorriendo y se continúan que en esta bodega que en algunos puestos están levantando vigas para poder colocar un segundo piso sobre el mismo puesto para aprovechar el espacio; de la misma manera observo algunos puestos de personas de edad que sobreviven de una manera humilde, solo cuentan de una mesa y muchos plásticos alrededor ornando con muchos jotes o cabuyes; hablo con el señor que este puesto vende cebolla de cabeza y cebolla larga; a falta de una mesa lleva su puesto comercial de una manera ejemplar, con buena atención colada en el producto y buenos precios, me dice en donde al cambio de pedidos que no venden como mes sacarle la plata, hay una compra de cebolla y me dirijo a salir por la puerta número uno en los ocho de la mañana.



12 de Abril de 2015

Es día domingo, hoy realicé el recorrido de observación habitual ingresando por la Puerta número siete a las seis y treinta de la mañana; comencé el recorrido dentro de la plaza por la boveda nueva, hay una vista nueva y algo breve, pero hay cosas nuevas que el interior modifica sus fachadas; hay bastante desorden pero en medio de todo se puede realizar como de manera normal y tranquila, no se tomaron muchas precauciones para hacer los cambios en las partes de drapado solo de la boveda y me dirigí a las bovedas de la fruta, las bovedas vieron nuevo y tranquila, buscando ver si en las otras bovedas se está realizando al mismo tiempo el cambio de estructuras de las partes de comercio; no pude observar nada que diera algún indicio de modificación de las estructuras en estas bovedas, algunas me comentaron que en esta parte no se iban a realizar ningún cambio y en uno de los lugares donde comencé una zona para la casa, les pregunté y me dijeron que en las otras bovedas por el momento no se estaba nada por el momento que demoró más adelante a ellas les tocaría, continúe hacia las bovedas visto nuevo y visto nuevo y no encontré nada en especial así que decidí continuar mi recorrido como habitual, cuando voy a mercurio con mis padres; no encuentro ninguna novedad salvo que los vendedores que habitualmente compran los plateros, cerca a la boveda visto nuevo ya no está en ese puesto, voy y pregunto por la señora y me confirman que habían vendido el puesto; salí por la puerta número siete, por la misma que ingresé a las ocho y treinta de la mañana.



15 de Abril de 2015

Es un mercado de visita en Corabastos  
realizo un recorrido por las bodega pastoreo  
a la número veintidós, inicio el recorrido  
a las seis y quince de la mañana  
ingresando por la puerta número siete  
que es la más inmediata al bus que  
me trae desde la casa, en el camino  
observo dos doctorandos generando un gran barullo  
alrededor de la entrada a la cual me  
dirijo en primer lugar, ya que el acceso se  
ha vuelto complicado en la plaza de  
Corabastos, en su búsqueda por salir de  
la plaza de mercado hacia la avenida  
Ciudad de Cali, se han ido formando por  
el orden (caminando) inconformados entre los  
pasantes que circulan por dicho espacio  
ingreso a la plaza y me percato que  
hay bastante congestión en las vías, al  
parecer algún tipo de la plaza deben  
de estar arreglando o acomodando, por  
ahí, pude continuar hacia la bodega veinti  
dos, en el camino me percato de la  
gran cantidad de basura y desechos orgánicos  
que hacen que uno se padezca por  
las calles si no sabe moverse o caminar  
llego a dicha bodega en donde hay  
una calle adentro o en la bodega, hay  
varios cafeterías y tres de ellas un  
horacatero vigilado, donde los zombis pueden  
quedar su zona al finalizar la jornada  
a pesar de esto el ambiente cambia drásticamente  
sin embargo las personas son más decarados  
y no observan de una manera incómoda  
que hace que no me pueda detener mucho  
en estos sitios, las personas escasean cada  
vez más y continuo derecho de ahí  
lugar a buscar la salida o puerta  
número cuatro, después de ver muchos de  
bodega vacías y una que dos personas decaradas  
salgo por otra puerta a las ocho y  
15 de la mañana.



19 de Abril de 2015 → (Día de mercado)

Es día Domingo - día de mercado en mi familia así que hoy realizo el recorrido habitual con mis padres, hermanos por la plaza número siete, esta vez con más precaución a la habitual debido a que en días anteriores mis padres vinieron solos y fueron engañados, para que se alejaron del carro y así robar el seguro y robarles algunos cosas del interior de carro. es por eso que esta vez vamos los tres, por el miedo que tenían de ir mi mamá sola con mi papá; igualmente en los siete de la mañana y realizando el mismo recorrido habitual, excepto que un poco más precavidos a ver si acercamos a las que le robaron las cosas a mi mamá de carro.

El mercado está un poco costoso pero igual seguimos el recorrido buscando productos que estropean como son la cebolla larga y la calabaza y las hortalizas como lo son la lechuga, la espinaca, el ajo entre otros llegamos a la bodega de las plátanos o la zona de las plátanos y también estar realizando obras de decoración en la malla que al de esa parte de la plaza, se recibe bastante la movilidad en la zona debido a que los autos en estas zonas son pequeños y los conductores son los productos sobre estos estantes con mucho la zona de pescaderos de cala fresco de trabajo por consiguiente por parte observo los puestos (muchos) muchos para circular sobre los fines de pescaderos y los entre los carros, los mallas o polisorber de las obras y los mallas volver en la zona. finalizando el recorrido en los ocho de mañana, cuando finalmente vamos a la casa que nos lleve con cuidado.



22 de Abril de 2015

Es Miércoles día de visita y observación en la plaza de mercado, retiro un de los primeros conchos que recien en el principio de la observación de concho; ingreso por la puerta número uno a las 5pm y frente de la mañana concho hacia la bodega reina identificada con el número treinta y dos: antes de llegar allí paso por las zonas de frios y las basculas ubicadas delante de la puerta, más adelante de estar hay un parqueadero rodeado de postes ambulantes de conchos y dentro del parqueadero una zona de postes libre, en frente de este: están los albañiles de venta de material empujados he importados, como lo son la concha de mar, las frutas más exóticas y algunas variedades de frutas y verduras para preparar recetas especiales. Llego a la bodega leña y la bodega maquiada y bajo al segundo piso para poder hacer una observación silenciosa de esta zona de la plaza de mercado; observo cara de treinta minutos y los varios comercios, como lo son los recachos entre los cuales hay muchos restaurantes de fruta o verdura, o echándole "Maltavero" entre ellos; de la misma manera observo y este recogiendo hoy en el barrio un embudo para que van habitantes de la calle; recogiendo y comprando almuerzos de los comercios del mismo modo de observar a los grupos de jóvenes vestidos de uniformes de colegio caminando alrededor del parqueadero en grupo; observo como los comercios como almuerzos personales de un sitio ambulante de comida que ha de ser un sitio muy delicioso; bajo de allí después de media hora y salgo por la puerta número siete buscando el hormiguero en la ciudad de Cali en las ocho y treinta de la mañana salgo de la plaza de mercado después de comprar cho frutas.

## Anexo 2 – Estructura de la herramienta de mapeo a implementar

Proyecto de Diseño Gráfico: Disposición de basuras en Corabastos	
NOMBRE: <input type="text"/>	EDAD: <input type="text"/> LUGAR DE PROCEDENCIA: <input type="text"/>
NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO <input type="radio"/> PRIMARIA <input type="radio"/> BACHILLERATO <input type="radio"/> PROFESIONAL <input type="radio"/> POSTGRADO <input type="radio"/>	
PROPIETARIO <input type="radio"/> EMPLEADO <input type="radio"/> COMPRADOR <input type="radio"/>	OCUPACIÓN: <input type="text"/>
¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? <input type="text"/>	
¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>	¿Visita Corabastos por algún familiar? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>
¿Lee algún periódico o revista? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Cuál? <input type="text"/>	
¿Escucha alguna emisora? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Cuál? <input type="text"/>	
¿Ve algún programa de televisión? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Que programas es de su predilección? <input type="text"/>	
<b>1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Como una problemática principal</li> <li><input type="radio"/> Como un desorden organizacional</li> <li><input type="radio"/> Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos</li> <li><input type="radio"/> Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado</li> </ul>	
<b>2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Falta de métodos de recolección de basuras</li> <li><input type="radio"/> Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes</li> <li><input type="radio"/> Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes</li> <li><input type="radio"/> Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones</li> </ul>	
<b>3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Si</li> <li><input type="radio"/> No</li> </ul>	
<b>4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Si</li> <li><input type="radio"/> No</li> </ul>	
<b>5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Si</li> <li><input type="radio"/> No</li> </ul>	
<b>6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Si</li> <li><input type="radio"/> No</li> <li><input type="radio"/> Otros, ¿Cuales? <input type="text"/></li> </ul>	
<b>7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> La delincuencia</li> <li><input type="radio"/> La venta de sustancias psicoactivas</li> <li><input type="radio"/> La mendicidad</li> <li><input type="radio"/> La desigualdad social mercado</li> <li><input type="radio"/> Otro, ¿Cuales? <input type="text"/></li> </ul>	
<b>8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado</li> <li><input type="radio"/> El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales</li> <li><input type="radio"/> La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos</li> <li><input type="radio"/> Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos</li> </ul>	
<b>9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma</li> <li><input type="radio"/> Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura</li> <li><input type="radio"/> Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas</li> <li><input type="radio"/> Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar</li> </ul>	
<b>10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización</li> <li><input type="radio"/> Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores</li> <li><input type="radio"/> Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado</li> <li><input type="radio"/> Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos</li> </ul>	



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

A continuación encontrará una serie de precisiones que buscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

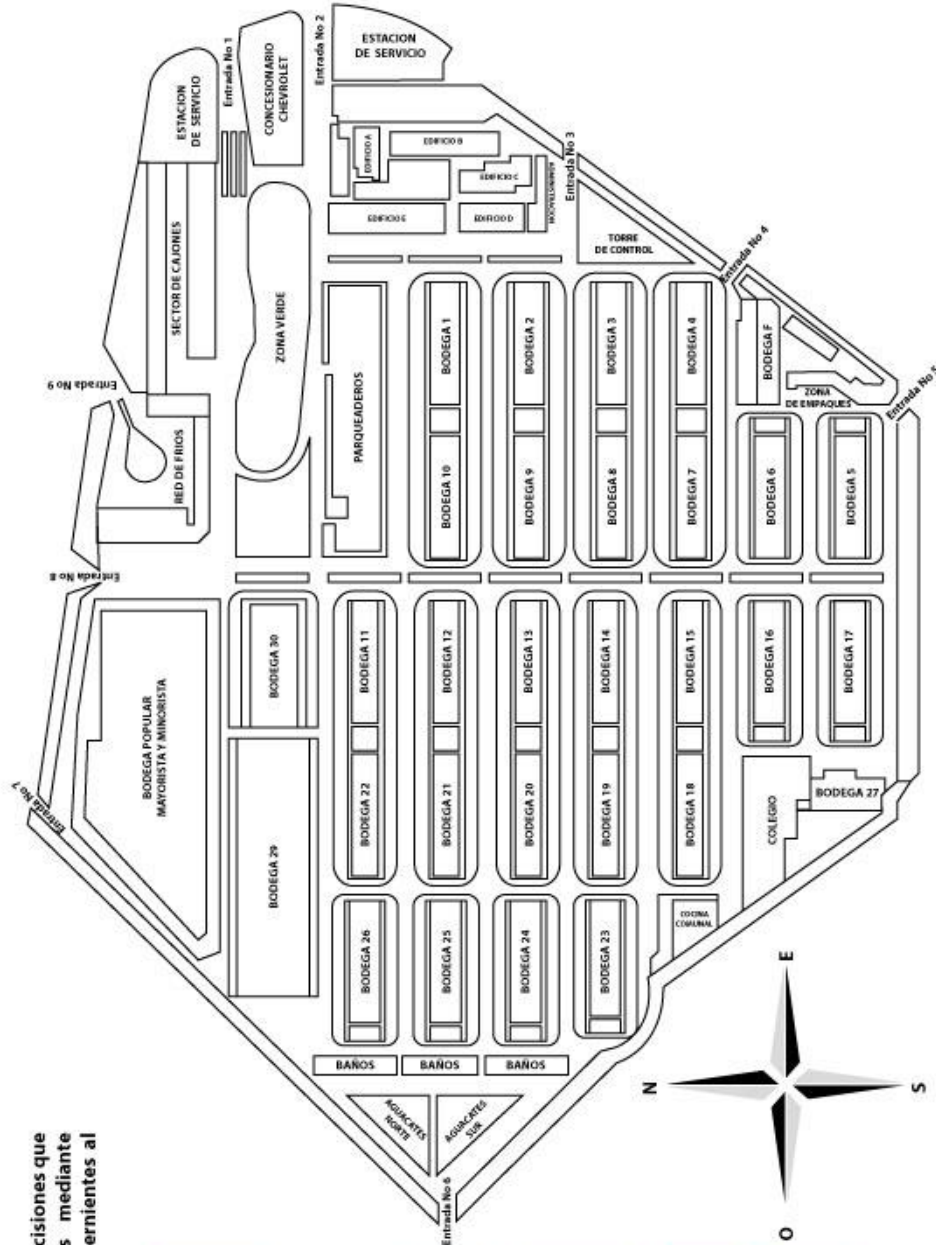
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.



### Anexo 3 – Ejercicios de mapeo desarrollados

*Helena*

NOMBRE: Estrella Delgado EDAD: 51 LUGAR DE PROCEDENCIA: Cundinamarca

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☒ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☐ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☒ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Vendedora

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 25 Años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☒ NO ☐ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☐ NO ☒ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predilección? \_\_\_\_\_

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☐ Como un desorden organizacional

☒ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☒ Falta de métodos de recolección de basuras

☐ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ SI

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ SI

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ SI

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☐ SI

☒ No

☐ Otros, ¿Cuales? No sabe que hacen con las basuras

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☐ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☒ La mendicidad

☐ La desigualdad social mercado

☐ Otro, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☒ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☐ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continuación encontrará una serie de precisiones que iscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante lores suministrados de antemano, concernientes al ma de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

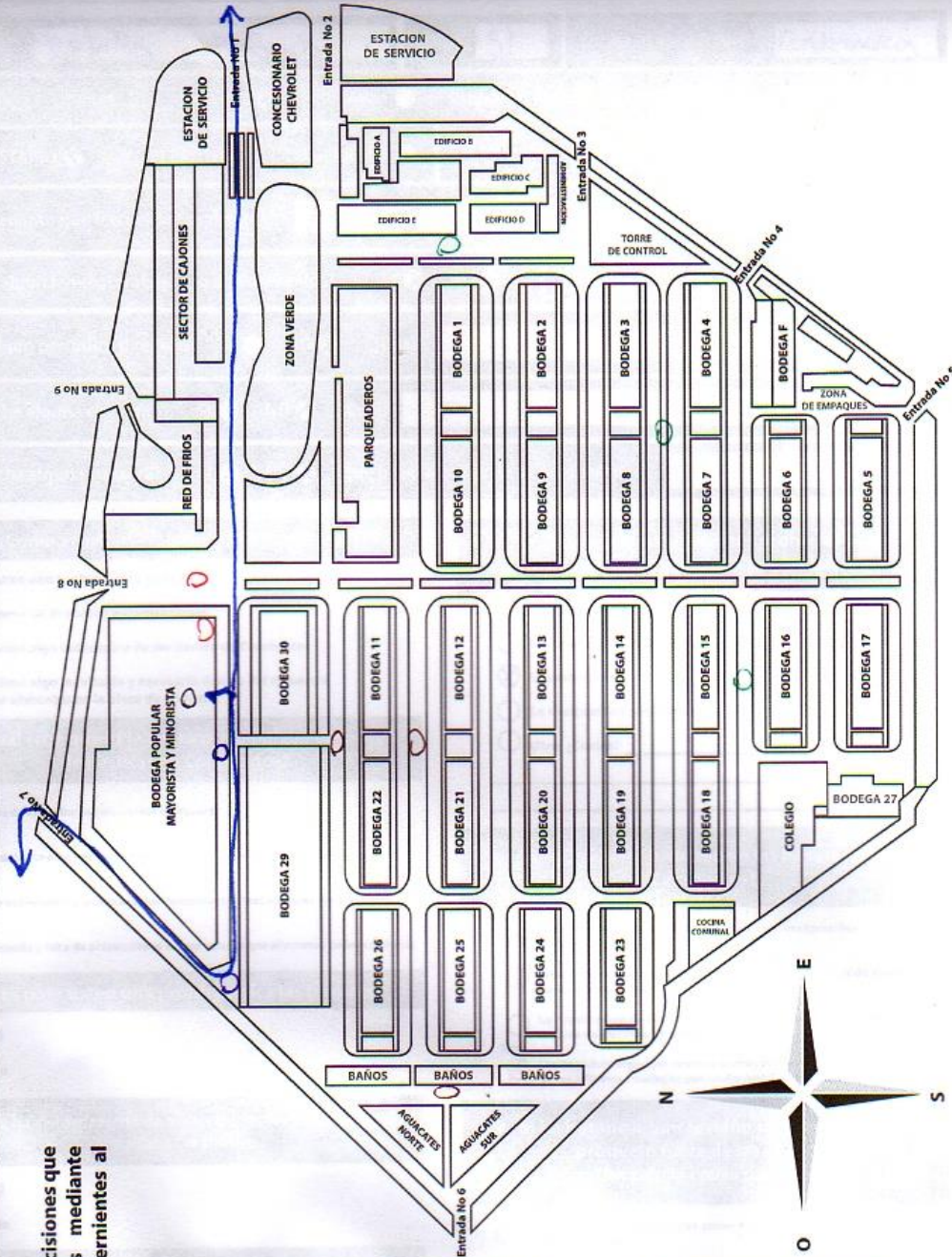
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





NOMBRE: Heinrichito roa EDAD: 62 LUGAR DE PROCEDENCIA: Huila

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☐ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☒ OCUPACIÓN: Comerciante

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 8 años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? el tiempo

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Candela

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predilección?

1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?

- ☐ Como una problemática principal  
☒ Como un desorden organizacional  
☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos  
☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?

- ☐ Falta de métodos de recolección de basuras  
☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes  
☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes  
☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?

- ☒ Si  
☐ No

4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?

- ☒ Si  
☐ No

5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?

- ☒ Si  
☐ No

6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?

- ☐ Si  
☒ No  
☐ Otros, ¿Cuales? no sabe exactamente que se hacen con las basuras

7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?

- ☐ La delincuencia  
☐ La venta de sustancias psicoactivas  
☒ La mendicidad  
☒ La desigualdad social mercado  
☐ Otro, ¿Cuales?

8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?

- ☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado  
☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales  
☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos  
☒ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?

- ☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma  
☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura  
☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas  
☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?

- ☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización  
☐ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores  
☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado  
☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



# UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

A continuación encontrará una serie de precisiones que buscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

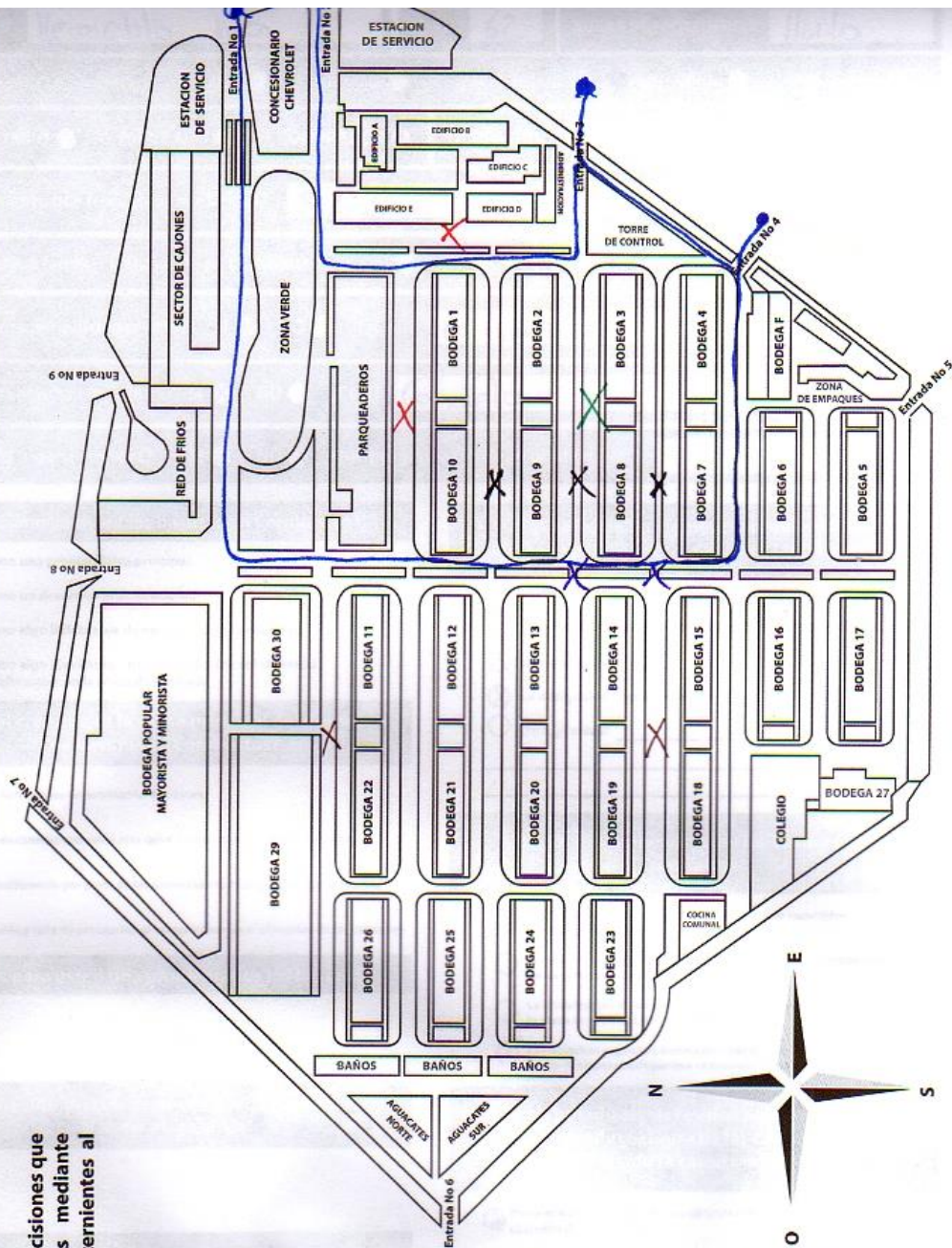
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





NOMBRE: Jose Edgar Martinez EDAD: 44 LUGAR DE PROCEDENCIA: Bogotá  
 NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐  
 PROPIETARIO ☒ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Vendedor  
 ¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 15 años  
 ¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒  
 ¿Lee algún periódico o revista? SI ☐ NO ☒ ¿Cuál? \_\_\_\_\_  
 ¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Cuál? \_\_\_\_\_  
 ¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Que programas es de su predilección? Noticias Caracol

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

- ☐ Como una problemática principal  
☒ Como un desorden organizacional  
☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos  
☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

- ☒ Falta de métodos de recolección de basuras  
☐ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes  
☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes  
☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

- ☒ Si  
☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

- ☒ Si  
☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

- ☒ Si  
☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

- ☒ Si  
☐ No  
☐ Otros, ¿Cuales? no consta

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

- ☐ La delincuencia  
☐ La venta de sustancias psicoactivas  
☐ La mendicidad  
☒ La desigualdad social mercado  
☐ Otro, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

- ☐ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado  
☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales  
☒ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos  
☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

- ☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma  
☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura  
☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas  
☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

- ☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización  
☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores  
☒ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado  
☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continuación encontrará una serie de precisiones que uscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al ama de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

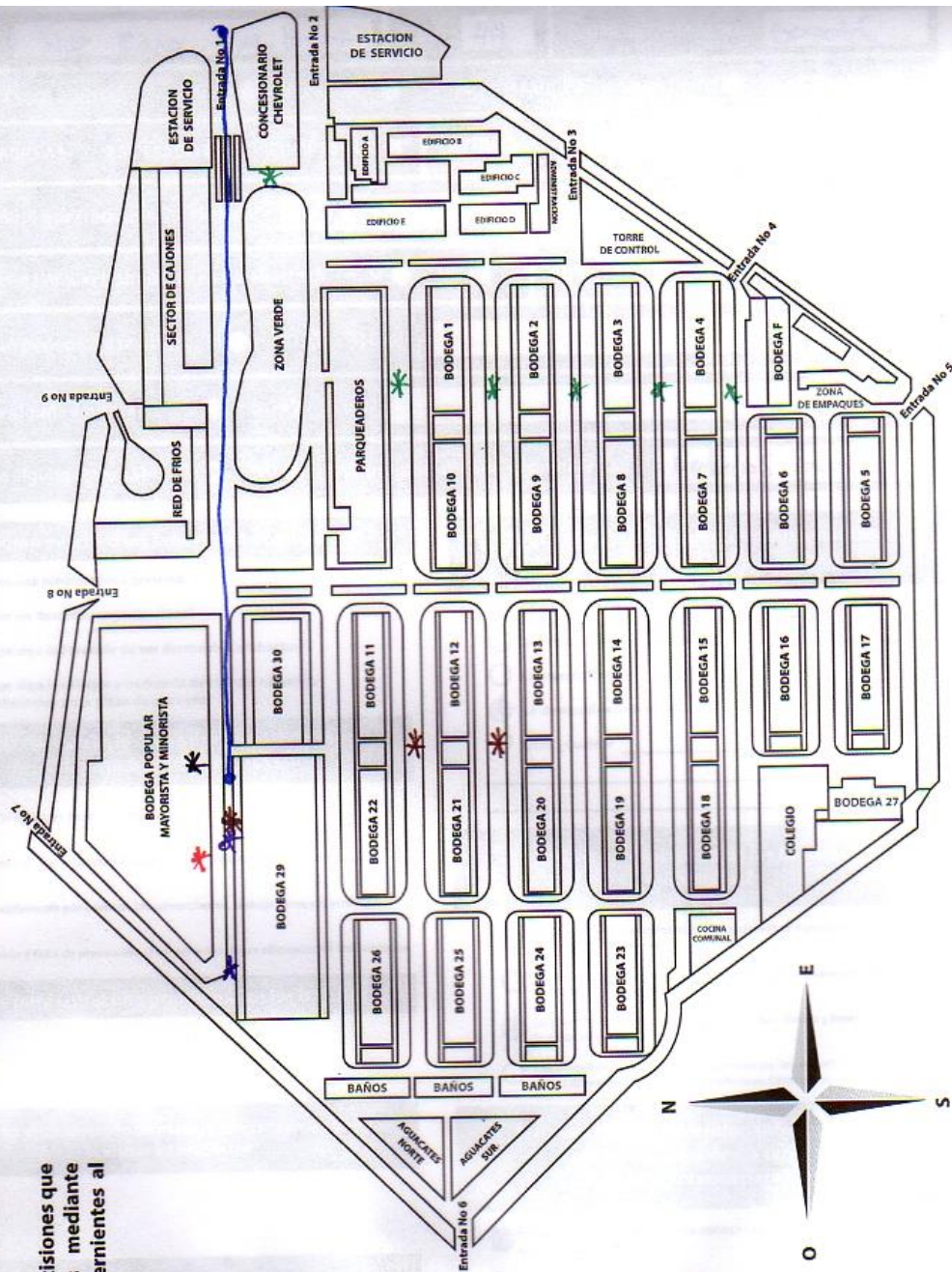
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





7060

NOMBRE: Gloria Aguilón EDAD: 48 LUGAR DE PROCEDENCIA: Bayama

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☒ BACHILLERATO ☐ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☒ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Propietaria

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 30 Años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☒ NO ☐ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☒ NO ☐

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? el espacio

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Cuál?

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Que programas es de su predilección? Mujeres al límite.

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☒ Como un desorden organizacional

☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☐ Falta de métodos de recolección de basuras

☐ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☒ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ Si

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ Si

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ Si

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☒ Si

☐ No

☐ Otros, ¿Cuales? no sabe exactamente cual o en que consiste

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☐ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☒ La mendicidad

☐ La desigualdad social mercado

☐ Otro, ¿Cuales?

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☐ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☐ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



# UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

A continuación encontrará una serie de precisiones que buscar, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

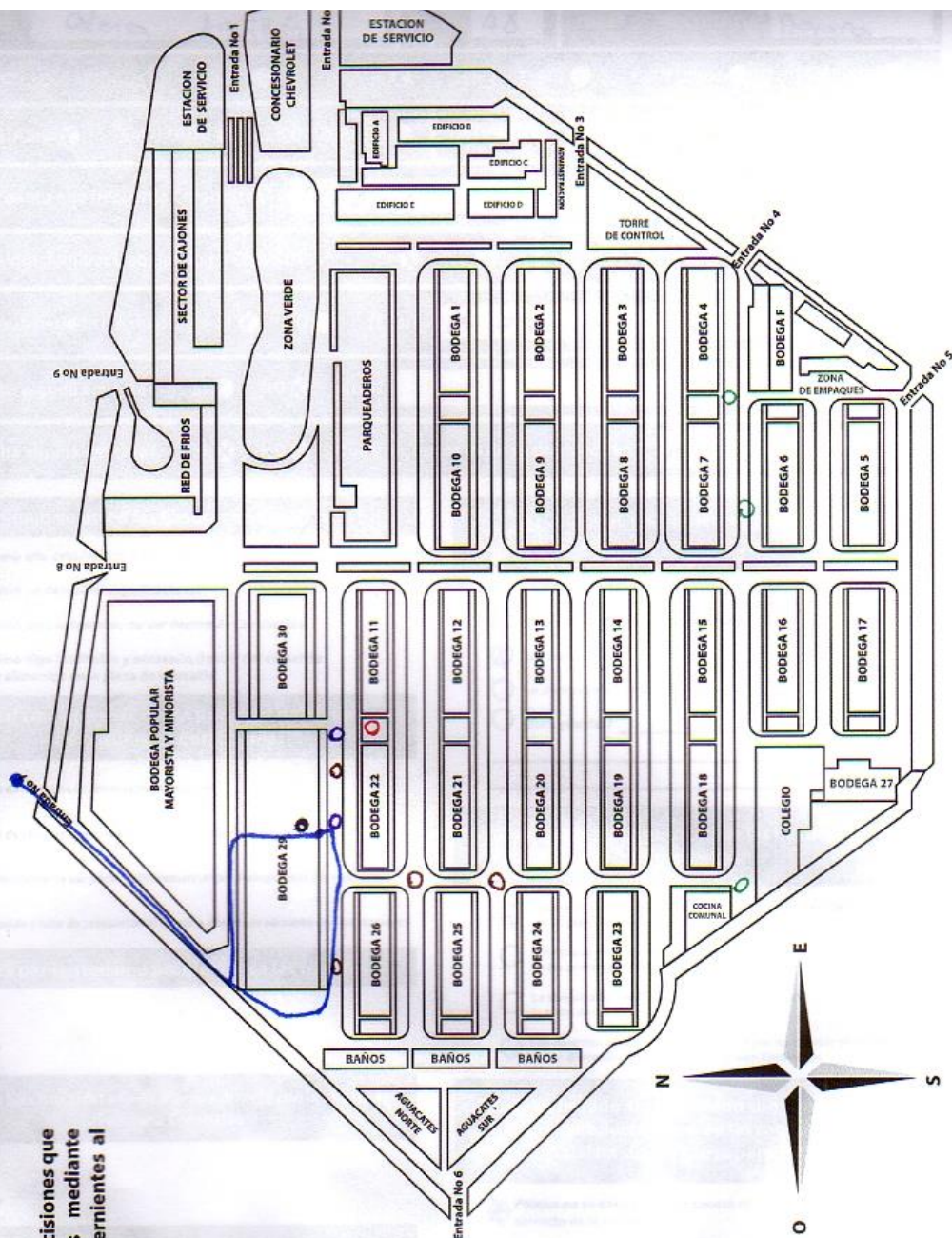
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





NOMBRE: Martin manrique EDAD: 50 LUGAR DE PROCEDENCIA: Corabastos

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☒ BACHILLERATO ☐ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☐ EMPLEADO ☒ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Vendedor

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 90 Años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Vista Corabastos por algun familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Esperio

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Cometa

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Que programas es de su predileccion? Varios

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☐ Como un desorden organizacional

☒ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☐ Falta de métodos de recolección de basuras

☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ Si

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ Si

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ Si

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☒ Si

☐ No

☒ Otros, ¿Cuales? recycle quien y clasificarlos

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☐ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☐ La mendicidad

☐ La desigualdad social mercado

☒ Otro, ¿Cuales? gente que trae basura de otros lugares, bultos

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☐ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



# UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

A continuación encontrará una serie de precisiones que buscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

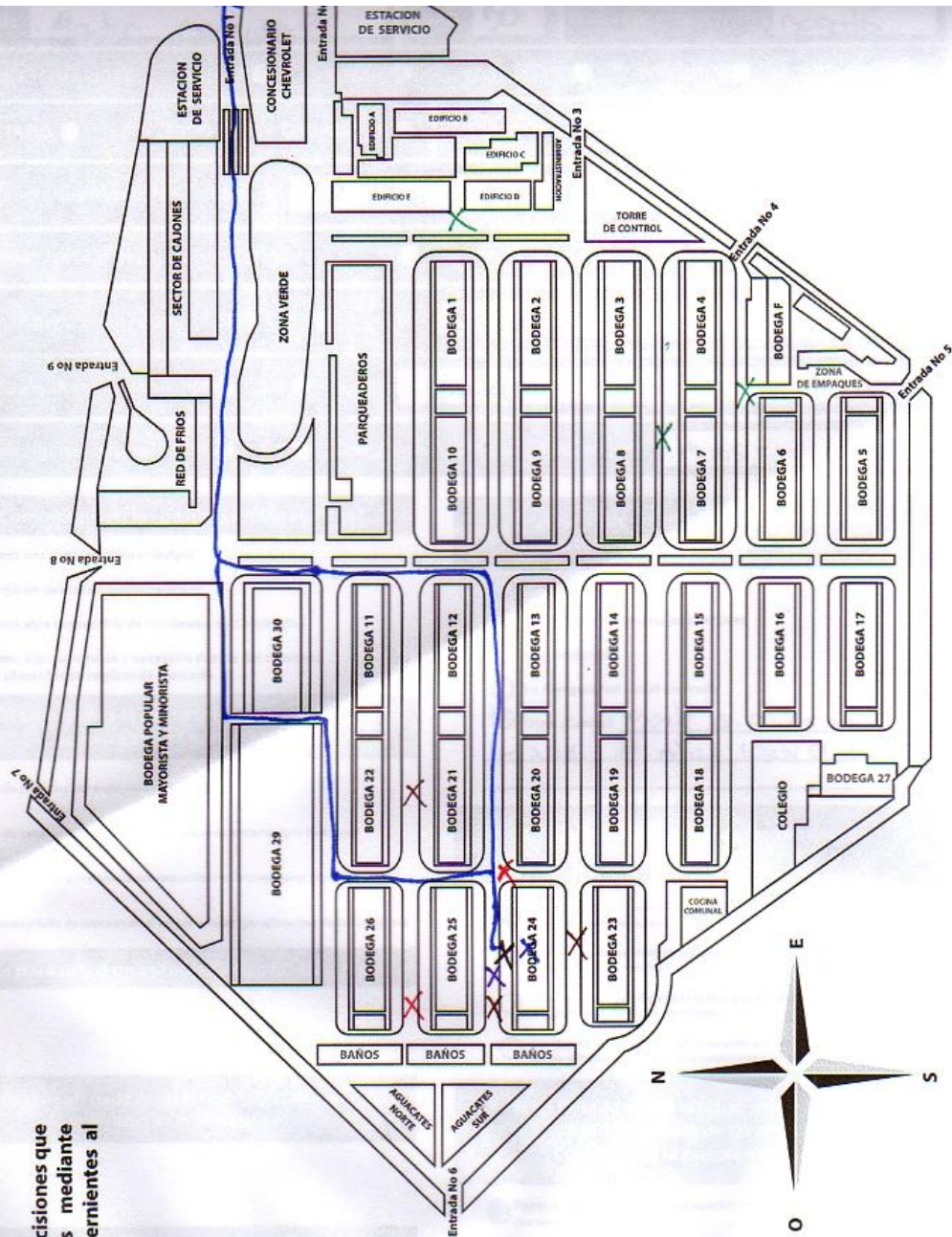
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





NOMBRE: Cecilia Lopez	EDAD: 46	LUGAR DE PROCEDENCIA: Boyaca
NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO <input type="radio"/> PRIMARIA <input checked="" type="radio"/> BACHILLERATO <input type="radio"/> PROFESIONAL <input type="radio"/> POSTGRADO <input type="radio"/>		
PROPIETARIO <input type="radio"/> EMPLEADO <input checked="" type="radio"/> COMPRADOR <input type="radio"/>	OCUPACIÓN: Vendedora	
¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 10 Años		
¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/>	¿Visita Corabastos por algún familiar? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/>	
¿Lee algún periódico o revista? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> ¿Cuál? _____		
¿Escucha alguna emisora? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> ¿Cuál? _____		
¿Escucha alguna emisora? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> ¿Que programas es de su predilección? _____		

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☒ Como un desorden organizacional

☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☒ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☐ Falta de métodos de recolección de basuras

☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ Si

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ Si

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ Si

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☒ Si

☐ No

☐ Otros, ¿Cuales? No se sabe

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☒ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☐ La mendicidad

☒ La desigualdad social mercado

☒ Otro, ¿Cuales? Todas las anteriores

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☒ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☒ Recolectión de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☒ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continúa encontrará una serie de precisiones que scan, ubicar en el mapa seis elementos mediante lores suministrados de antemano, concernientes al na de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

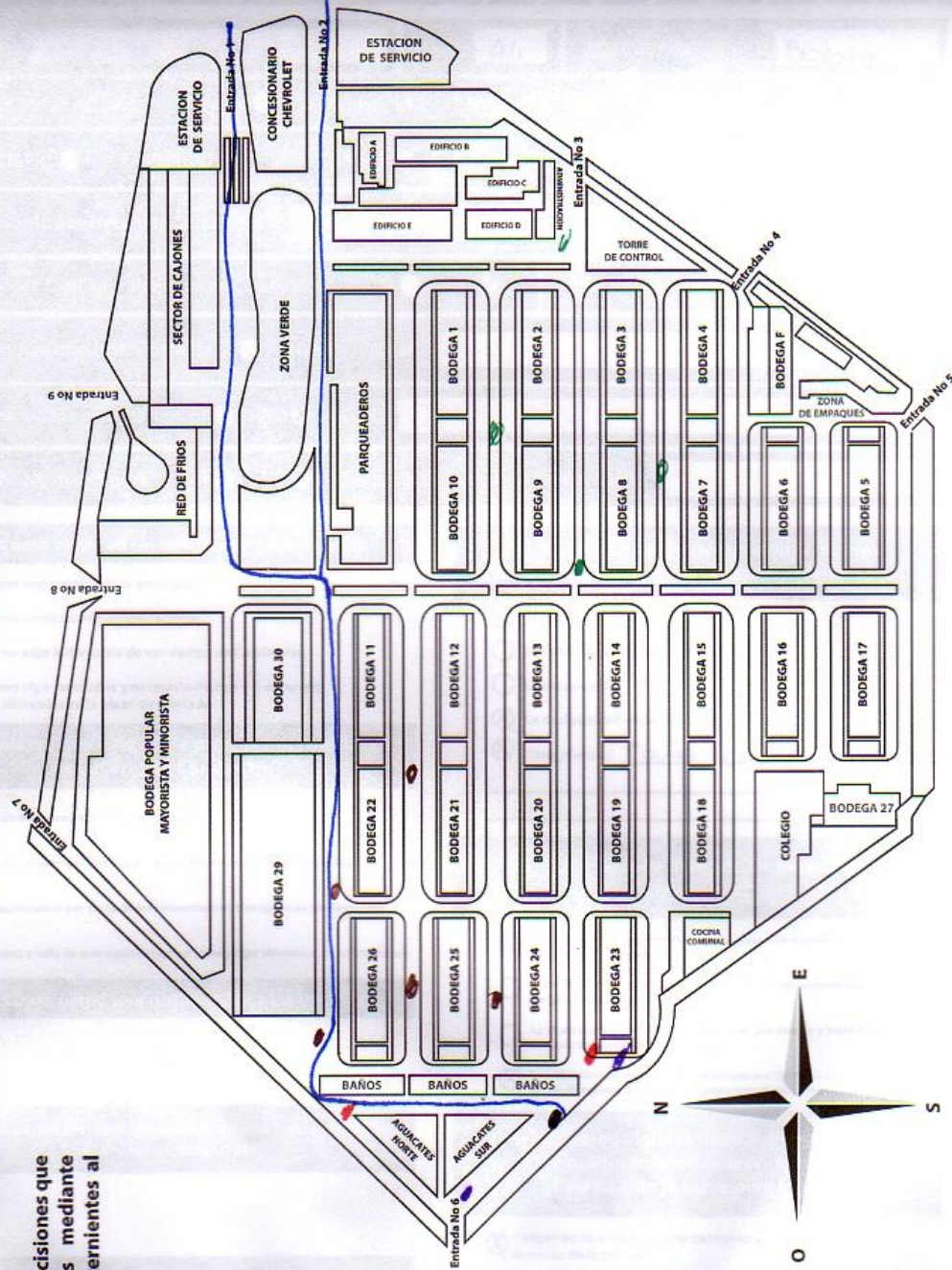
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





Papeo  
 NOMBRE: Pedro Ramirez EDAD: 56 LUGAR DE PROCEDENCIA: Condumarca  
 NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐  
 PROPIETARIO ☐ EMPLEADO ☒ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Vendedor  
 ¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 9 años  
 ¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒  
 ¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? El espacio  
 ¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Radio Uno  
 ¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predilección?

1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?

- ☐ Como una problemática principal  
☒ Como un desorden organizacional  
☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos  
☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?

- ☐ Falta de métodos de recolección de basuras  
☐ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes  
☒ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes  
☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?

- ☒ Si  
☐ No

4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?

- ☒ Si  
☐ No

5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?

- ☒ Si  
☐ No

6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?

- ☒ Si  
☐ No  
☐ Otros, ¿Cuales? reciclan cosas de las cocinas pero exactamente no se sabe

7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?

- ☐ La delincuencia  
☐ La venta de sustancias psicoactivas  
☒ La mendicidad  
☐ La desigualdad social mercado  
☒ Otro, ¿Cuales? gente que vende en las lonas de la madrugada y bota basura

8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?

- ☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado  
☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales  
☒ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos  
☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?

- ☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma  
☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura  
☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas  
☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?

- ☐ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización  
☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores  
☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado  
☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

A continuación encontrará una serie de precisiones que buscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

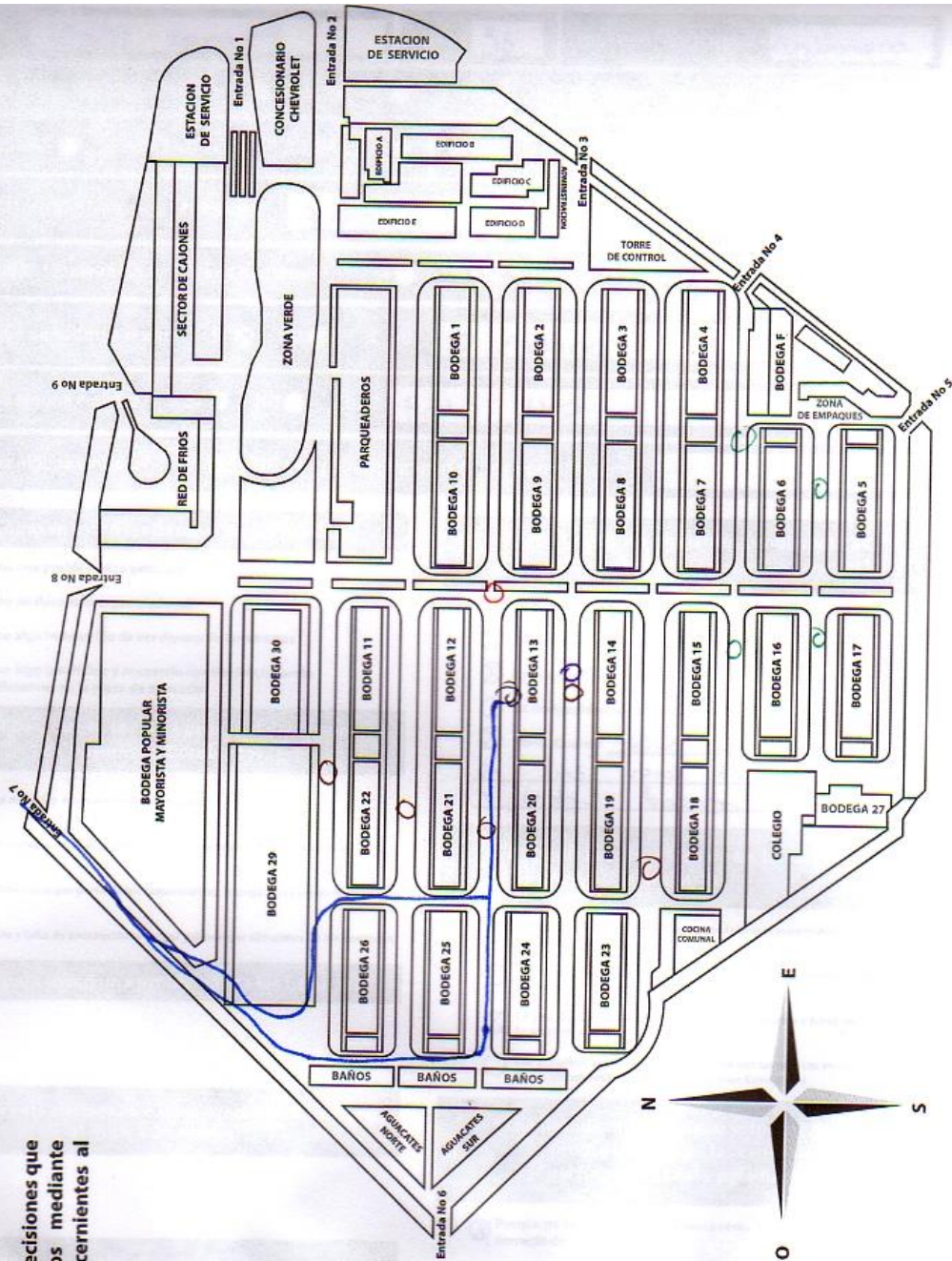
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





*Foto*

NOMBRE: María Malagón EDAD: 97 LUGAR DE PROCEDENCIA: Corabastos

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☒ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Vendedora

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 17 Años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☐ NO ☒ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Carabelas

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predilección? \_\_\_\_\_

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☒ Como una problemática principal

☐ Como un desorden organizacional

☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☒ Falta de métodos de recolección de basuras

☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ Si

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ Si

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ Si

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☐ Si

☒ No

☐ Otros, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☒ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☒ La mendicidad

☐ La desigualdad social mercado

☐ Otro, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☒ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☐ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☐ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

A continuación encontrará una serie de precisiones que buscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

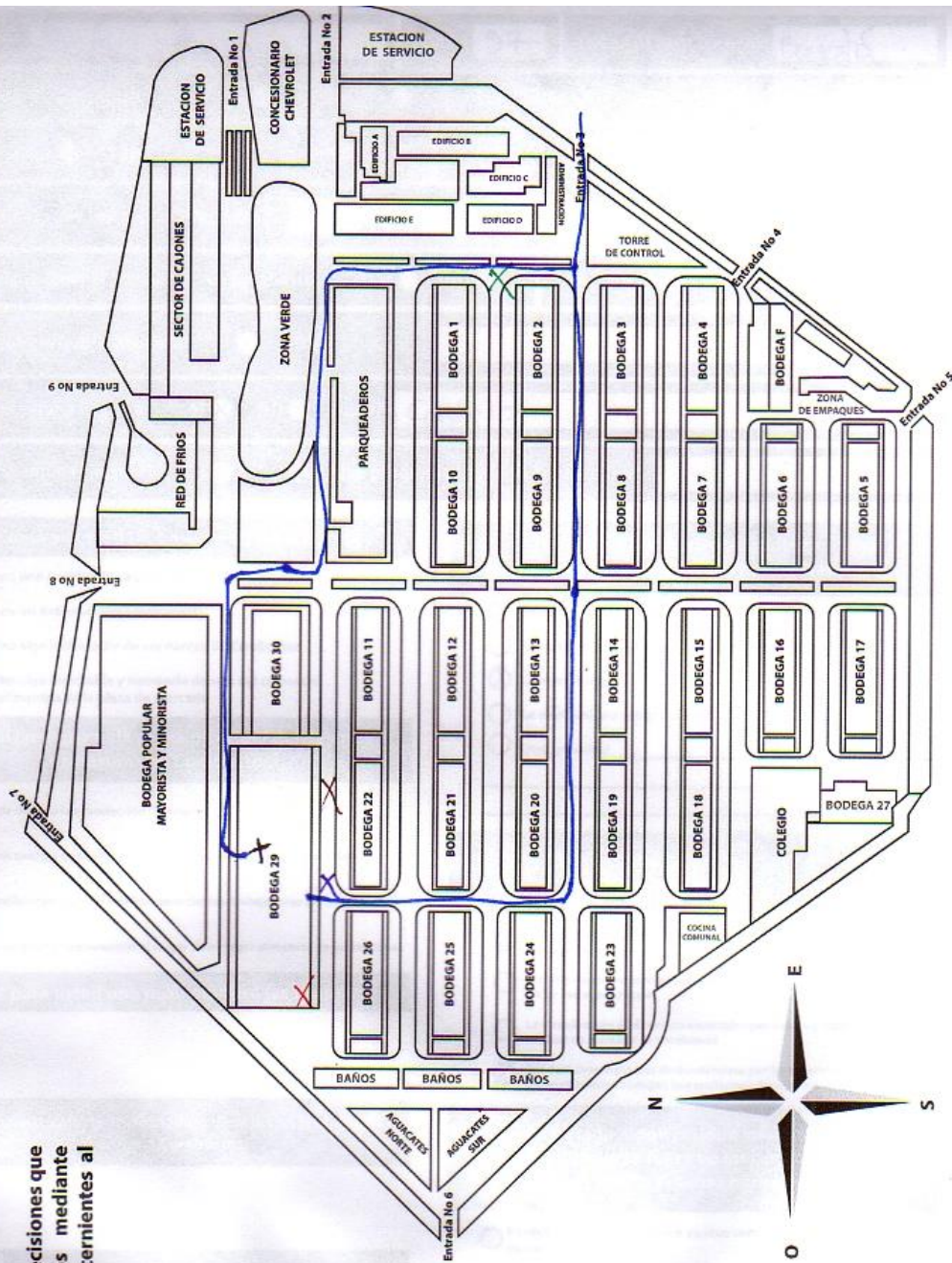
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





7ula

NOMBRE: Victor Corredor EDAD: 45 LUGAR DE PROCEDENCIA: Bagadó

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☒ BACHILLERATO ☐ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☒ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Administrador

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 16 años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☒ NO ☐ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? ADN

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? concelo

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predilección? \_\_\_\_\_

1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?

- ☐ Como una problemática principal
- ☐ Como un desorden organizacional
- ☒ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos
- ☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?

- ☐ Falta de métodos de recolección de basuras
- ☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes
- ☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes
- ☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?

- ☒ Si
- ☐ No

4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?

- ☒ Si
- ☐ No

5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?

- ☒ Si
- ☐ No

6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?

- ☒ Si
- ☐ No
- ☐ Otros, ¿Cuales? sabe la obligación y que recogen pero no que se hace exactamente

7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?

- ☐ La delincuencia
- ☐ La venta de sustancias psicoactivas
- ☒ La mendicidad
- ☒ La desigualdad social mercado
- ☐ Otro, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?

- ☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado
- ☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales
- ☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos
- ☒ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?

- ☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma
- ☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura
- ☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas
- ☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?

- ☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización
- ☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores
- ☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado
- ☐ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continuación encontrará una serie de precisiones que scan, ubicar en el mapa seis elementos mediante ores suministrados de antemano, concernientes al na de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

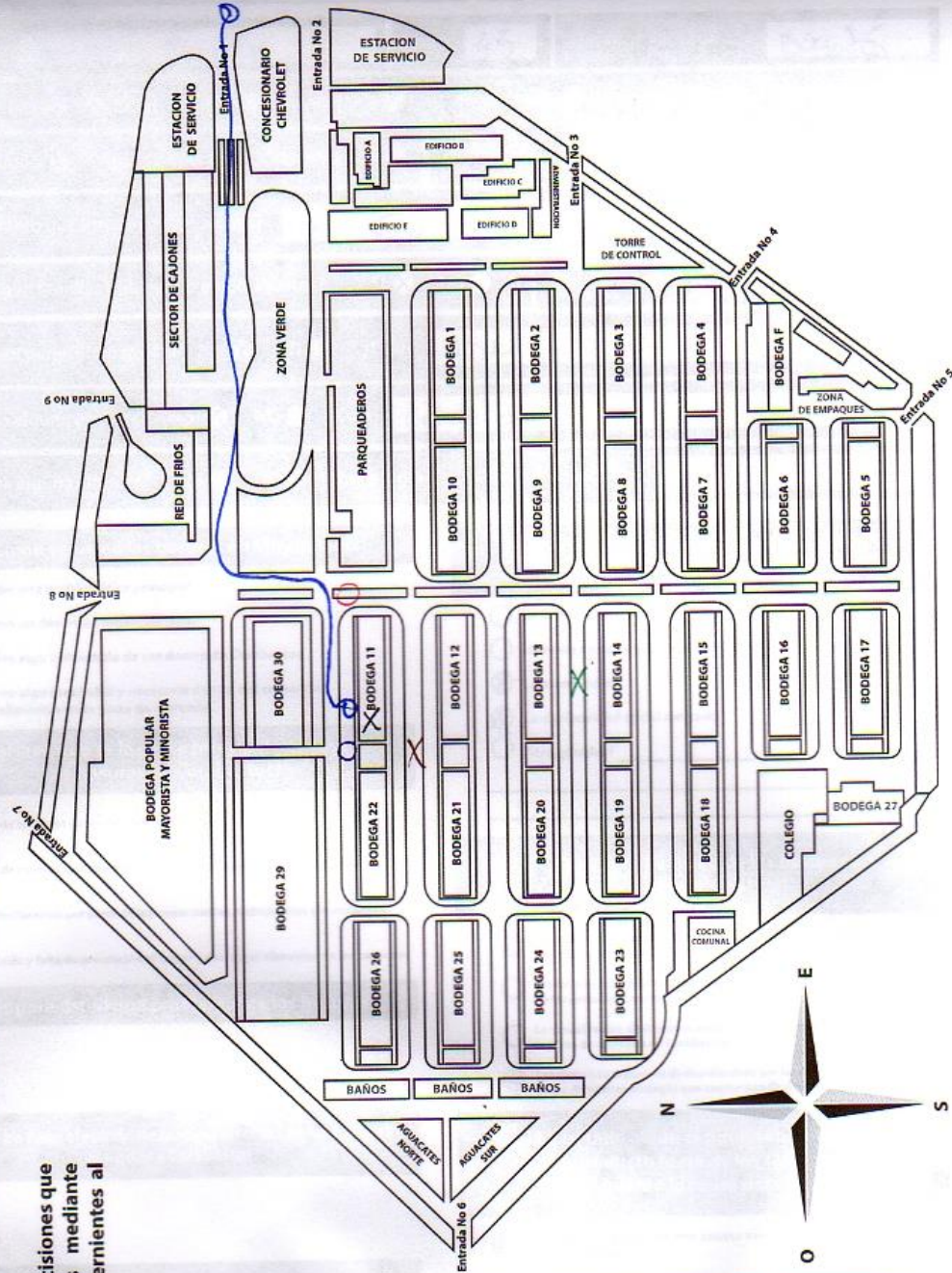
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





NOMBRE: Julio Comargo	EDAD: 62	LUGAR DE PROCEDENCIA: Tolima
NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO <input type="radio"/> PRIMARIA <input checked="" type="radio"/> BACHILLERATO <input type="radio"/> PROFESIONAL <input type="radio"/> POSTGRADO <input type="radio"/>		
PROPIETARIO <input type="radio"/> EMPLEADO <input checked="" type="radio"/> COMPRADOR <input type="radio"/> OCUPACIÓN: vendedor		
¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 18 años		
¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI <input checked="" type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Visita Corabastos por algún familiar? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/>		
¿Lee algún periódico o revista? SI <input checked="" type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Cuál? El Espectador		
¿Escucha alguna emisora? SI <input checked="" type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Cuál? Radio Wecuebo		
¿Escucha alguna emisora? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> ¿Que programas es de su predilección?		

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal  
☒ Como un desorden organizacional  
☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos  
☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☐ Falta de métodos de recolección de basuras  
☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes  
☒ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes  
☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ SI  
☐ NO

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ SI  
☐ NO

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ SI  
☐ NO

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☐ SI  
☒ NO  
☐ Otros, ¿Cuales?

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☐ La delincuencia  
☐ La venta de sustancias psicoactivas  
☒ La mendicidad  
☒ La desigualdad social mercado  
☐ Otro, ¿Cuales?

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado  
☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales  
☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos  
☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☐ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma  
☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura  
☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas  
☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización  
☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores  
☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado  
☐ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



# UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continuación encontrará una serie de precisiones que uscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al ama de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

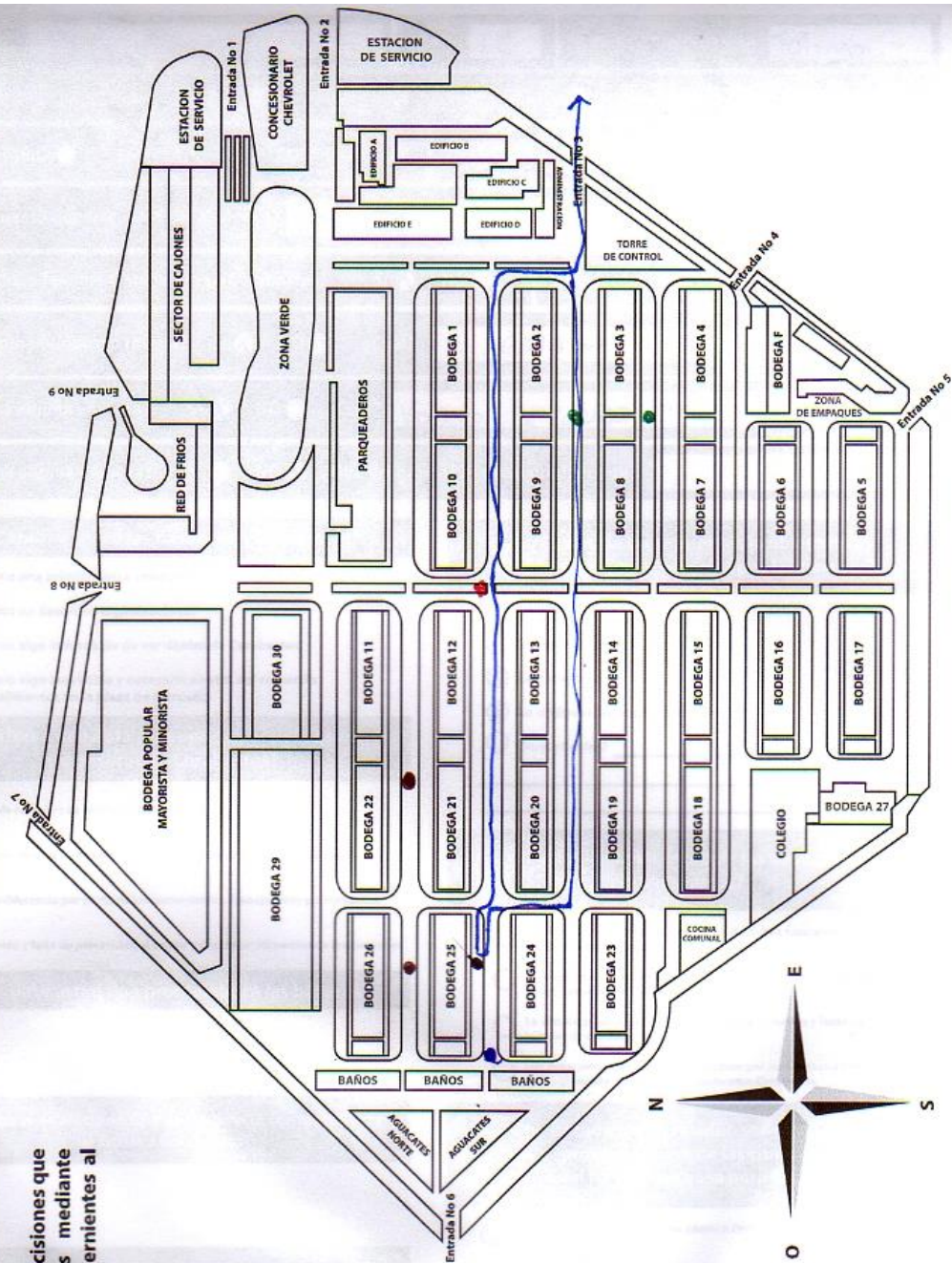
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





*Handwritten: No sabe*

NOMBRE: Carmen Silva EDAD: 42 LUGAR DE PROCEDENCIA: Boyaca

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☒ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Propietario

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 6 años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Quinto

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Candela

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predilección?

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☐ Como un desorden organizacional

☒ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☐ Falta de métodos de recolección de basuras

☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☒ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ SI

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ SI

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ SI

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☒ SI

☐ No

☐ Otros, ¿Cuales? No sabe exactamente dice que despus de las 4pm ya no hacen recolección de los

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☒ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☐ La mendicidad

☐ La desigualdad social mercado

☐ Otro, ¿Cuales?

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☒ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☐ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continuación encontrará una serie de precisiones que uscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

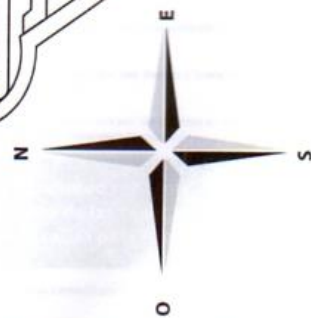
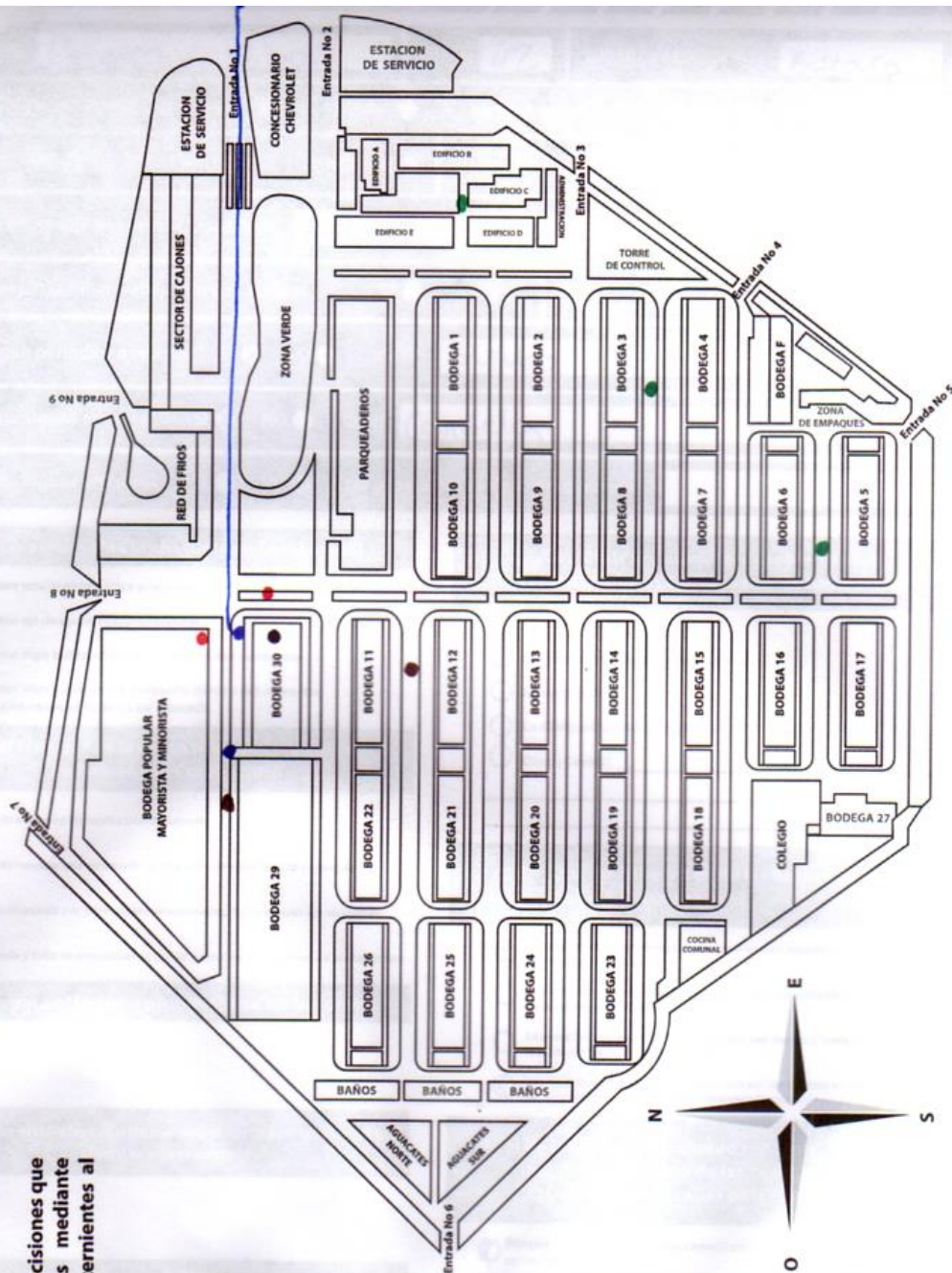
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.



*Finale*

NOMBRE: Luis Alberto Dug EDAD: 58 LUGAR DE PROCEDENCIA: Boyaca

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☒ BACHILLERATO ☐ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☐ EMPLEADO ☒ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Vendedor

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 20 Años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Visita Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? el espacio

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Rádico vecueoas

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predileccion?

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

- ☐ Como una problemática principal
- ☒ Como un desorden organizacional
- ☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos
- ☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

- ☐ Falta de métodos de recolección de basuras
- ☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes
- ☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes
- ☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

- ☒ Si
- ☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

- ☒ Si
- ☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

- ☒ Si
- ☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

- ☐ Si
- ☒ No
- ☐ Otros, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

- ☒ La delincuencia
- ☐ La venta de sustancias psicoactivas
- ☒ La mendicidad
- ☐ La desigualdad social mercado
- ☐ Otro, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

- ☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado
- ☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales
- ☒ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos
- ☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

- ☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma
- ☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura
- ☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas
- ☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

- ☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización
- ☐ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores
- ☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado
- ☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

Continúa en la continuación encontrará una serie de precisiones que uscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante olores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

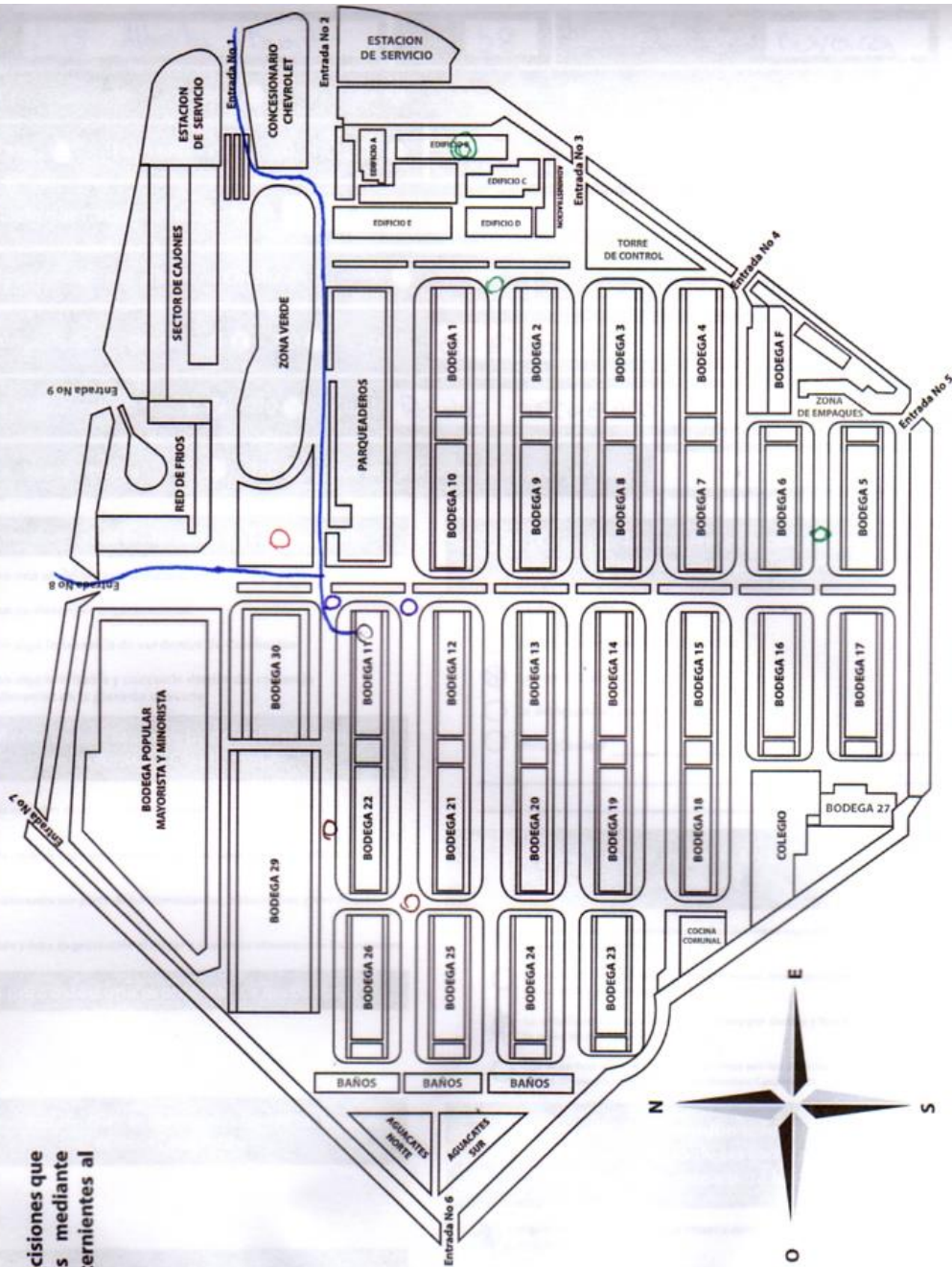
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





*Basastos*

NOMBRE: Gerardo Perez EDAD: 49 LUGAR DE PROCEDENCIA: Cundinamarca

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☐ EMPLEADO ☒ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Vendedor

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 11 Años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Vista Corabastos por algun familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☐ NO ☒ ¿Cuál?

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? olimpico estereo

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predileccion?

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☐ Como un desorden organizacional

☒ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☐ Falta de métodos de recolección de basuras

☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☒ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ Si

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ Si

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ Si

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☒ Si

☐ No

☐ Otros, ¿Cuales? reciclaje y reutilización de las basuras

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☐ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☒ La mendicidad

☐ La desigualdad social mercado

☐ Otro, ¿Cuales?

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☒ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



# UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continuación encontrara una serie de precisiones que iscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante lores suministrados de antemano, concernientes al ma de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

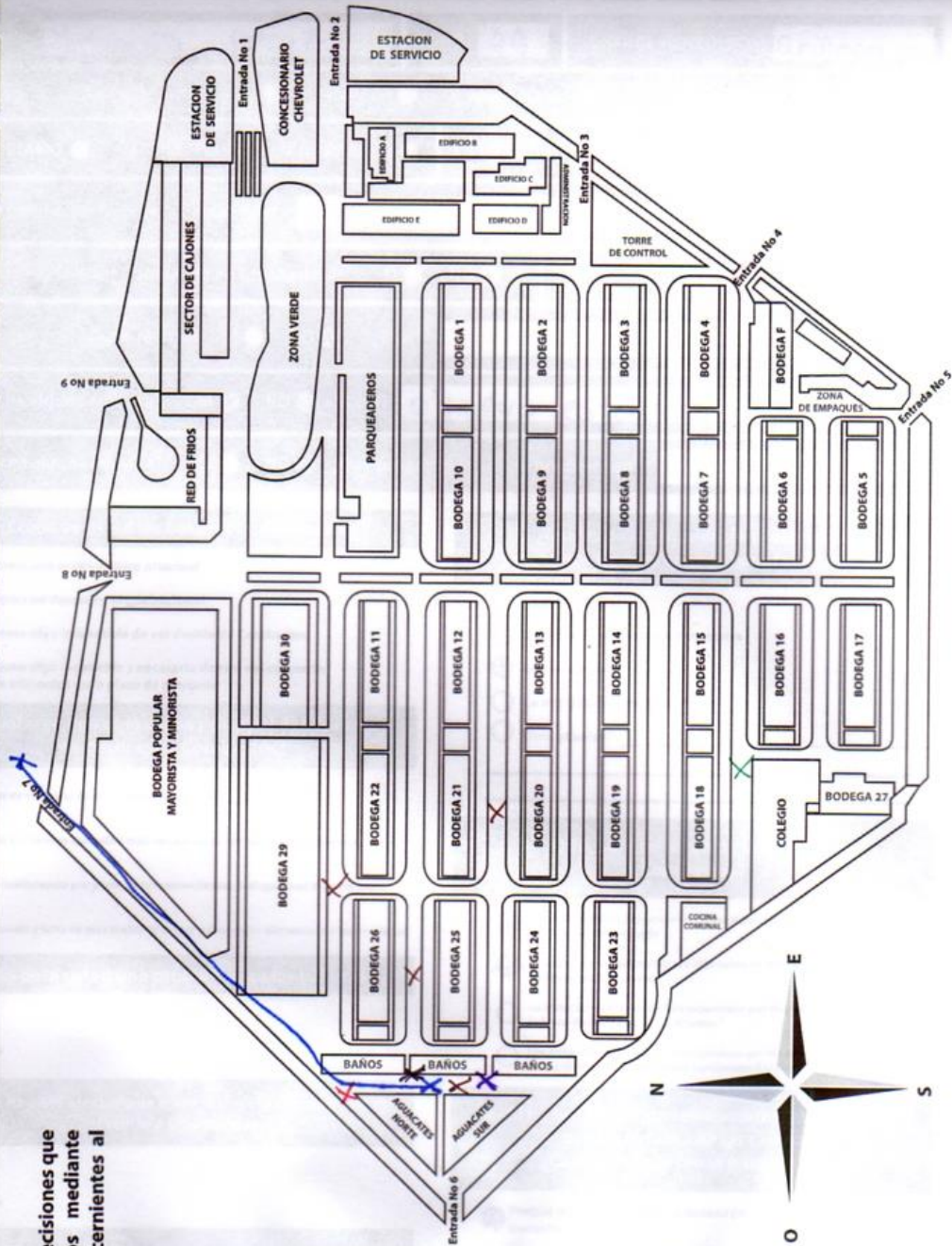
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





rebito  
Corabastos

NOMBRE: Beatriz Rengifo EDAD: 51 LUGAR DE PROCEDENCIA: Cundinamarca

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☒ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Administradora

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 21 Años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☐ NO ☒ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Grupo

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? radio uno

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predilección?

1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?

- ☒ Como una problemática principal
- ☐ Como un desorden organizacional
- ☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos
- ☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?

- ☐ Falta de métodos de recolección de basuras
- ☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes
- ☒ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes
- ☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?

- ☒ Si
- ☐ No

4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?

- ☒ Si
- ☐ No

5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?

- ☒ Si
- ☐ No

6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?

- ☒ Si
- ☐ No
- ☐ Otros, ¿Cuales? no conoce exactamente  
Can.

7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?

- ☐ La delincuencia
- ☐ La venta de sustancias psicoactivas
- ☒ La mendicidad
- ☒ La desigualdad social mercado
- ☐ Otro, ¿Cuales?

8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?

- ☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado
- ☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales
- ☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos
- ☒ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?

- ☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma
- ☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura
- ☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas
- ☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?

- ☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización
- ☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores
- ☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado
- ☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



# UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continúa encontrara una serie de precisiones que uscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante olores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

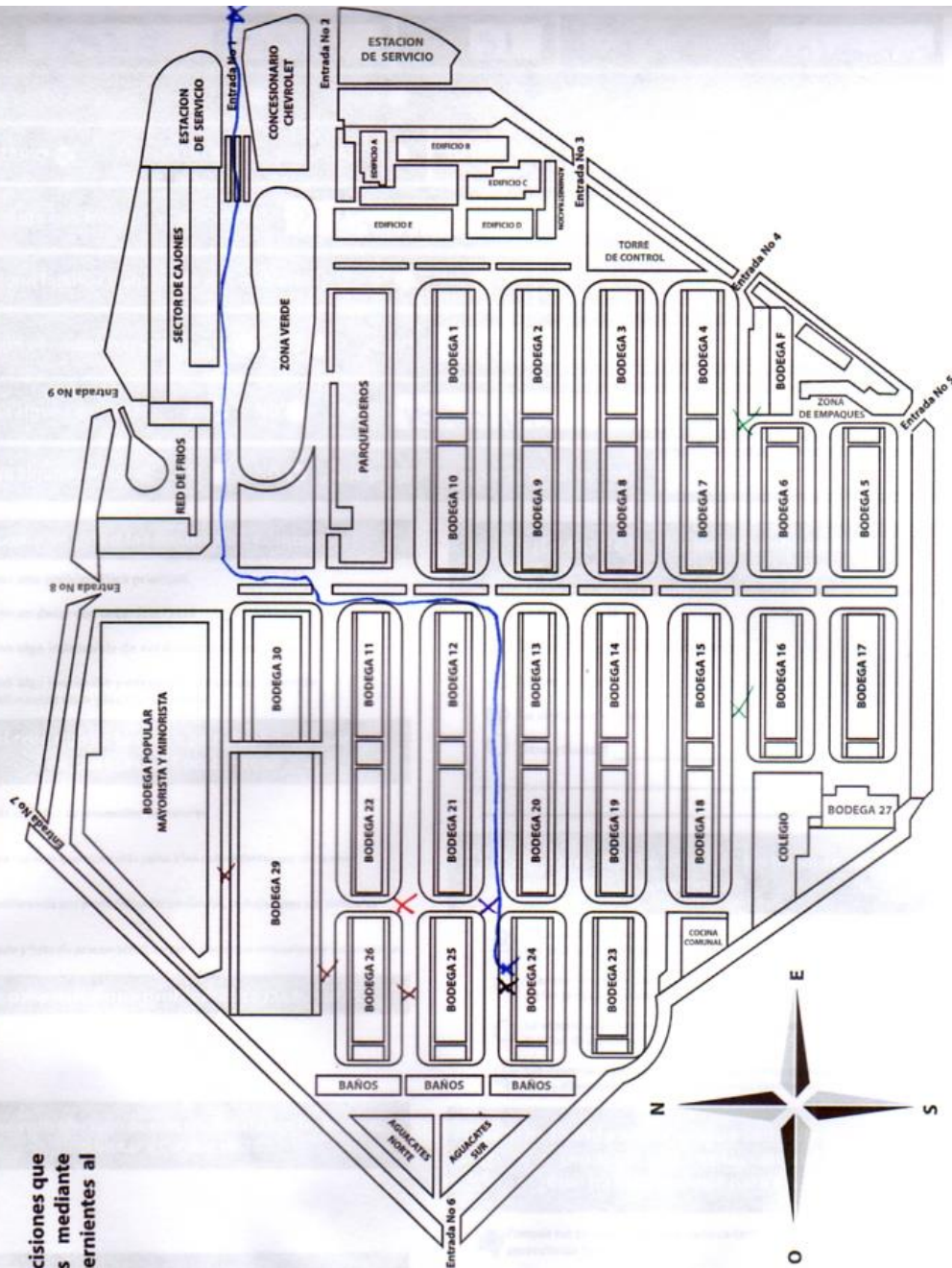
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





Puerto

NOMBRE: Cristian Eduardo Diaz EDAD: 16 LUGAR DE PROCEDENCIA: Dagupan

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☐ EMPLEADO ☒ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Bodeguero

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 6 meses

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☒ NO ☐ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☒ NO ☐

¿Lee algún periódico o revista? SI ☐ NO ☒ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? la mega

¿Escucha alguna emisora? SI ☐ NO ☒ ¿Que programas es de su predilección? \_\_\_\_\_

1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?

- ☒ Como una problemática principal
- ☐ Como un desorden organizacional
- ☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos
- ☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?

- ☐ Falta de métodos de recolección de basuras
- ☐ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes
- ☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes
- ☒ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?

- ☒ Si
- ☐ No

4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?

- ☒ Si
- ☐ No

5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?

- ☐ Si
- ☒ No

6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?

- ☒ Si
- ☐ No
- ☐ Otros, ¿Cuales? se que hacen monitoreo recojiendo basura

7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?

- ☐ La delincuencia
- ☒ La venta de sustancias psicoactivas
- ☐ La mendicidad
- ☐ La desigualdad social mercado
- ☐ Otro, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?

- ☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado
- ☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales
- ☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos
- ☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?

- ☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma
- ☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura
- ☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas
- ☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?

- ☐ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización
- ☐ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores
- ☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado
- ☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



# UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continuación encontrará una serie de precisiones que uscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

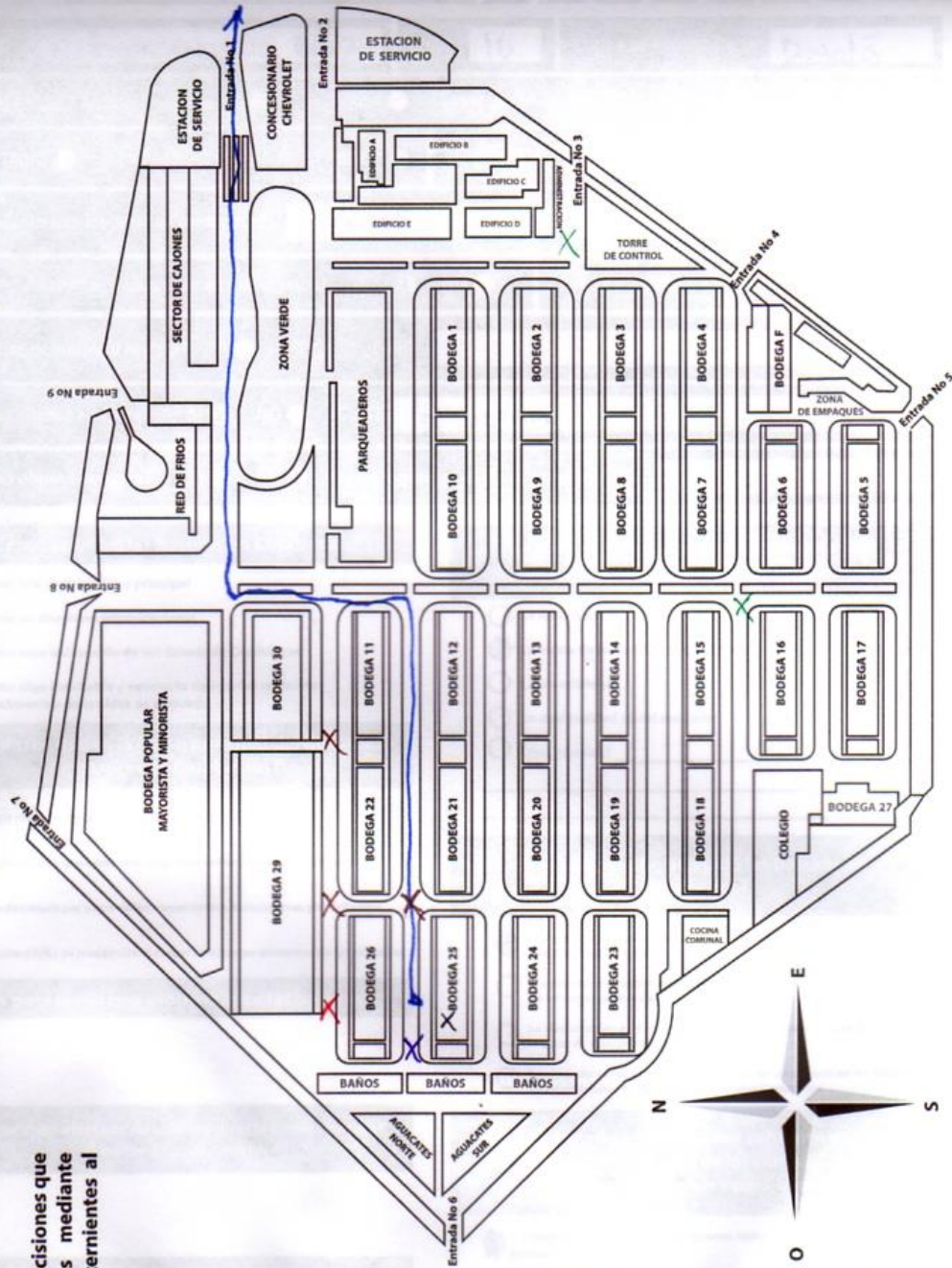
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





*fruto*

NOMBRE: Raquel Lopez EDAD: 56 LUGAR DE PROCEDENCIA: Boyaca

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☐ BACHILLERATO ☒ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☒ EMPLEADO ☐ COMPRADOR ☐ OCUPACIÓN: Vendedora

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 15 Años

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☒ NO ☐ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☐ NO ☒

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Quinto

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Carabela

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Que programas es de su predilección? Noticias Caracol

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☐ Como un desorden organizacional

☒ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☐ Falta de métodos de recolección de basuras

☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ Si

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ Si

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ Si

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☒ Si

☐ No

☐ Otros, ¿Cuales? el reciclaje de las basuras para reciclarlas de alguna manera que no se

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☐ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☒ La mendicidad

☒ La desigualdad social mercado

☐ Otro, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☐ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☐ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☐ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

La continuación encontrará una serie de precisiones que le ayudarán a ubicar en el mapa seis elementos mediante los cuales se suministran de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

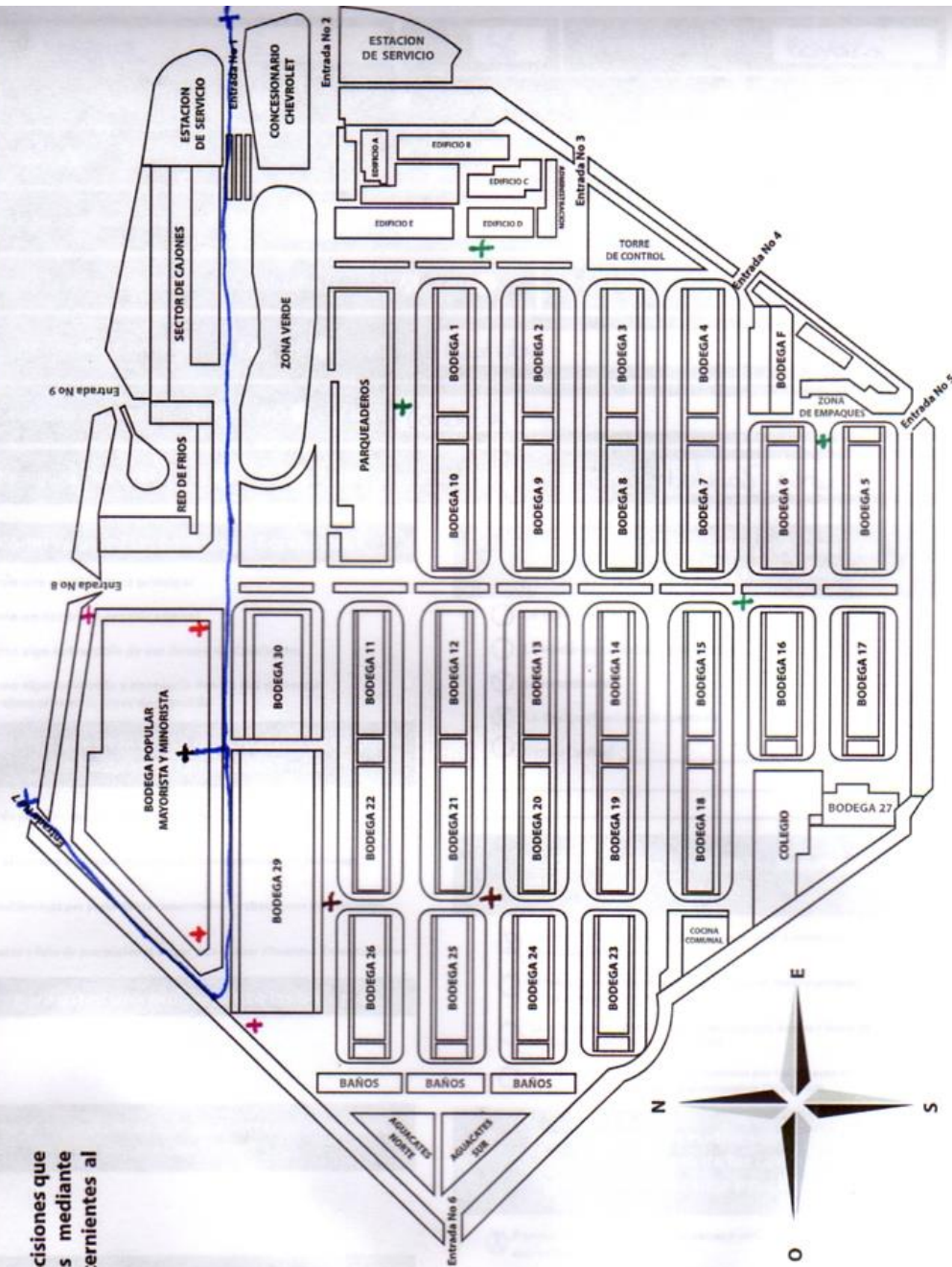
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos.

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos.

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





NOMBRE: Luis Arturo Guzmán H-1a EDAD: 56 LUGAR DE PROCEDENCIA: Cundinamarca

NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO ☐ PRIMARIA ☒ BACHILLERATO ☐ PROFESIONAL ☐ POSTGRADO ☐

PROPIETARIO ☐ EMPLEADO ☒ COMPRADOR ☒ OCUPACIÓN: Protegido

¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 14 Años.

¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI ☒ NO ☐ ¿Vista Corabastos por algún familiar? SI ☒ NO ☐

¿Lee algún periódico o revista? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Tiempo.

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Cuál? Radio 7

¿Escucha alguna emisora? SI ☒ NO ☐ ¿Que programas es de su predilección? Deportes.

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☐ Como un desorden organizacional

☐ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☒ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☒ Falta de métodos de recolección de basuras

☐ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☐ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ ☒

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ Si

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ Si

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☒ Si

☐ No

☐ Otros, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☒ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☐ La mendicidad

☐ La desigualdad social mercado

☐ Otro, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☐ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☐ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☐ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☐ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



# UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

A continuación encontrará una serie de precisiones que buscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

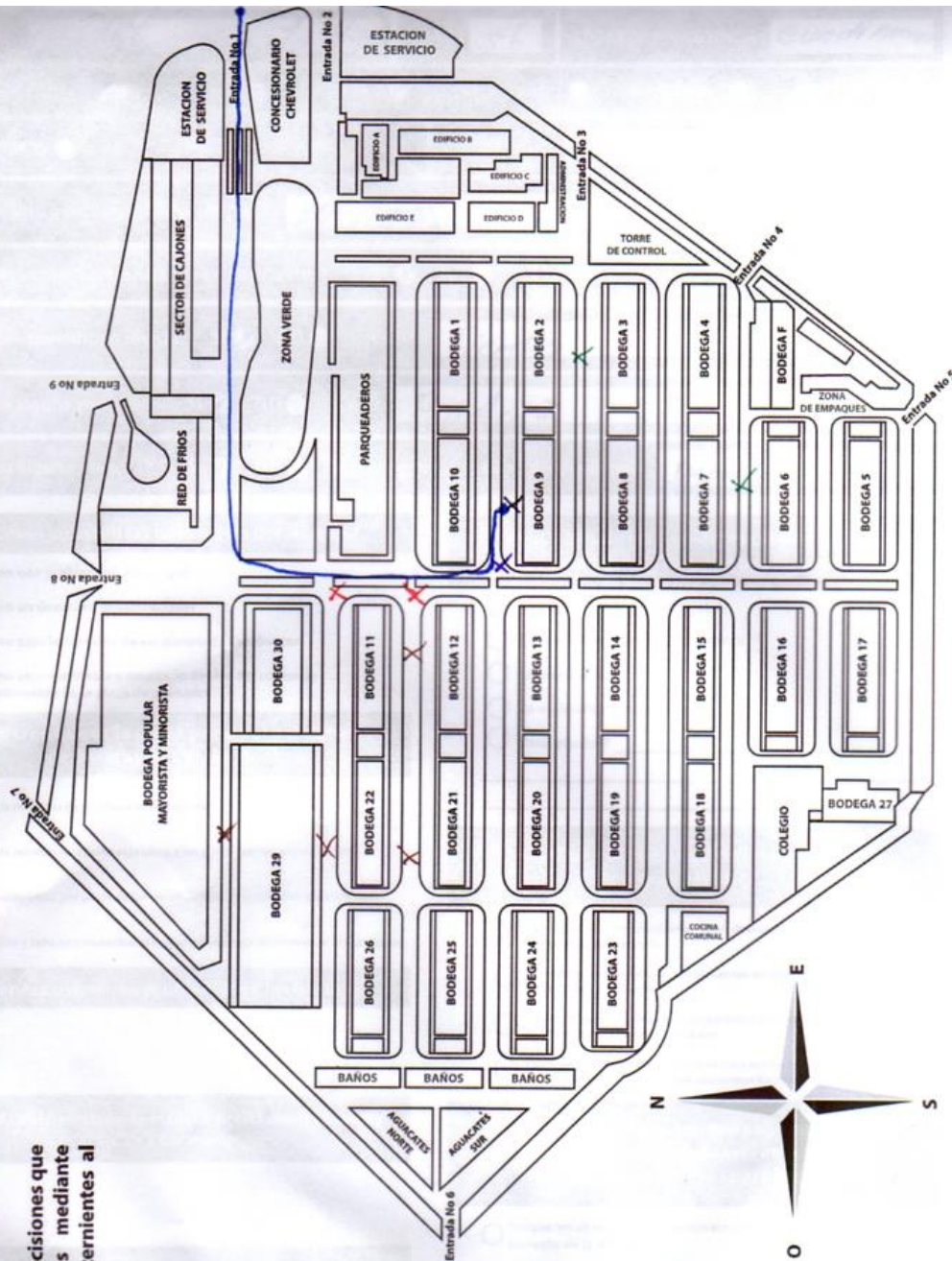
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.





NOMBRE: Carlos Chauza Guaita		EDAD: 26	LUGAR DE PROCEDENCIA: Bogotá
NIVEL DE ESCOLARIDAD: NINGUNO <input type="radio"/> PRIMARIA <input type="radio"/> BACHILLERATO <input type="radio"/> PROFESIONAL <input checked="" type="radio"/> POSTGRADO <input type="radio"/>			
PROPIETARIO <input type="radio"/> EMPLEADO <input type="radio"/> COMPRADOR <input checked="" type="radio"/>		OCUPACIÓN: Estudiante Universitario	
¿Hace cuánto que frecuenta Corabastos? 15 Años			
¿Tiene algún familiar trabajando en Corabastos? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/>		¿Vista Corabastos por algún familiar? SI <input checked="" type="radio"/> NO <input type="radio"/>	
¿Lee algún periódico o revista? SI <input checked="" type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Cuál? El tiempo			
¿Escucha alguna emisora? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> ¿Cuál?			
¿Escucha alguna emisora? SI <input type="radio"/> NO <input checked="" type="radio"/> ¿Que programas es de su predilección?			

**1 - ¿Cómo ve usted las basuras en Corabastos?**

☐ Como una problemática principal

☐ Como un desorden organizacional

☒ Como algo indeseable de ver dentro de Corabastos

☐ Como algo inevitable y necesario dentro del comercio de alimentos en la plaza de mercado

**2 - ¿Cuál cree que es la causa principal del desorden de basuras en Corabastos?**

☐ Falta de métodos de recolección de basuras

☒ Falta de canecas que estén más cerca a los comerciantes y/o visitantes

☒ Hay indiferencia por parte de los comerciantes, trabajadores y/o visitantes

☐ Descuido y falta de precaución al cargar y descargar alimentos de los camiones

**3 - ¿Es para usted una problemática las basuras?**

☒ SI

☐ No

**4 - ¿Se ha visto afectado de manera directa con las basuras al visitar a Corabastos?**

☒ SI

☐ No

**5 - ¿Cree usted que los desórdenes de las basuras en Corabastos causan problemas ambientales y de salud?**

☒ SI

☐ No

**6 - ¿Sabe usted si en Corabastos existe alguna política o plan de reciclaje para aprovechar los residuos provenientes de las basuras?**

☒ SI

☐ No

☐ Otros, ¿Cuales? Integración de residuos orgánicos para abono en el campo

**7 - ¿Cuáles de las siguientes problemáticas cree usted que es causada por las basuras?**

☒ La delincuencia

☐ La venta de sustancias psicoactivas

☒ La mendicidad

☐ La desigualdad social mercado

☐ Otro, ¿Cuales?

**8 - ¿Qué percibe usted de las basuras en Corabastos?**

☒ Los malos olores provenientes de los desechos esparcidos por la plaza de mercado

☐ El contacto con sustancias y/o alimentos en descomposición dentro de las zonas peatonales

☐ La visualización de desechos esparcidos por dentro y fuera de la plaza de mercado de Corabastos

☒ Los desechos orgánicos desbordándose por las canecas en las afueras de las diferentes bodegas que conforman Corabastos

**9 - Si ha botado algún residuo sobrante de algún producto fuera de las canecas ¿Cuál ha sido la causa para hacerlo?**

☒ Porque no se encuentra una caneca cerca para hacer uso correcto de la misma

☒ Porque las canecas están llenas y no encuentra lugar donde colocar la basura

☐ Porque no sabe que existen canecas dentro y fuera de las bodegas

☐ Porque no cree que haga daño botar la basura en cualquier lugar

**10 - De las siguientes prácticas, ¿Cuáles de estas prácticas ha visto en torno a las basuras dentro de Corabastos?**

☒ Recolección de alimentos provenientes de las canecas de basura para su posterior comercialización

☒ Consumo y recolección de alimentos de las basuras esparcidas por los andenes, por parte de menores de edad y adultos mayores

☐ Utilización de las acumulaciones de basuras como baño por parte de personas y animales y que circundan la plaza de mercado

☒ Proliferación de ratas y/o cucarachas dentro de las acumulaciones de basuras en la plaza de Corabastos



## UBICACIÓN DE ELEMENTOS CLAVE EN EL MAPA

continúa encontrará una serie de precisiones que uscan, ubicar en el mapa seis elementos mediante colores suministrados de antemano, concernientes al tema de las basuras en Corabastos.

1 - De color azul por favor marque su recorrido de ingreso y salida en Corabastos.

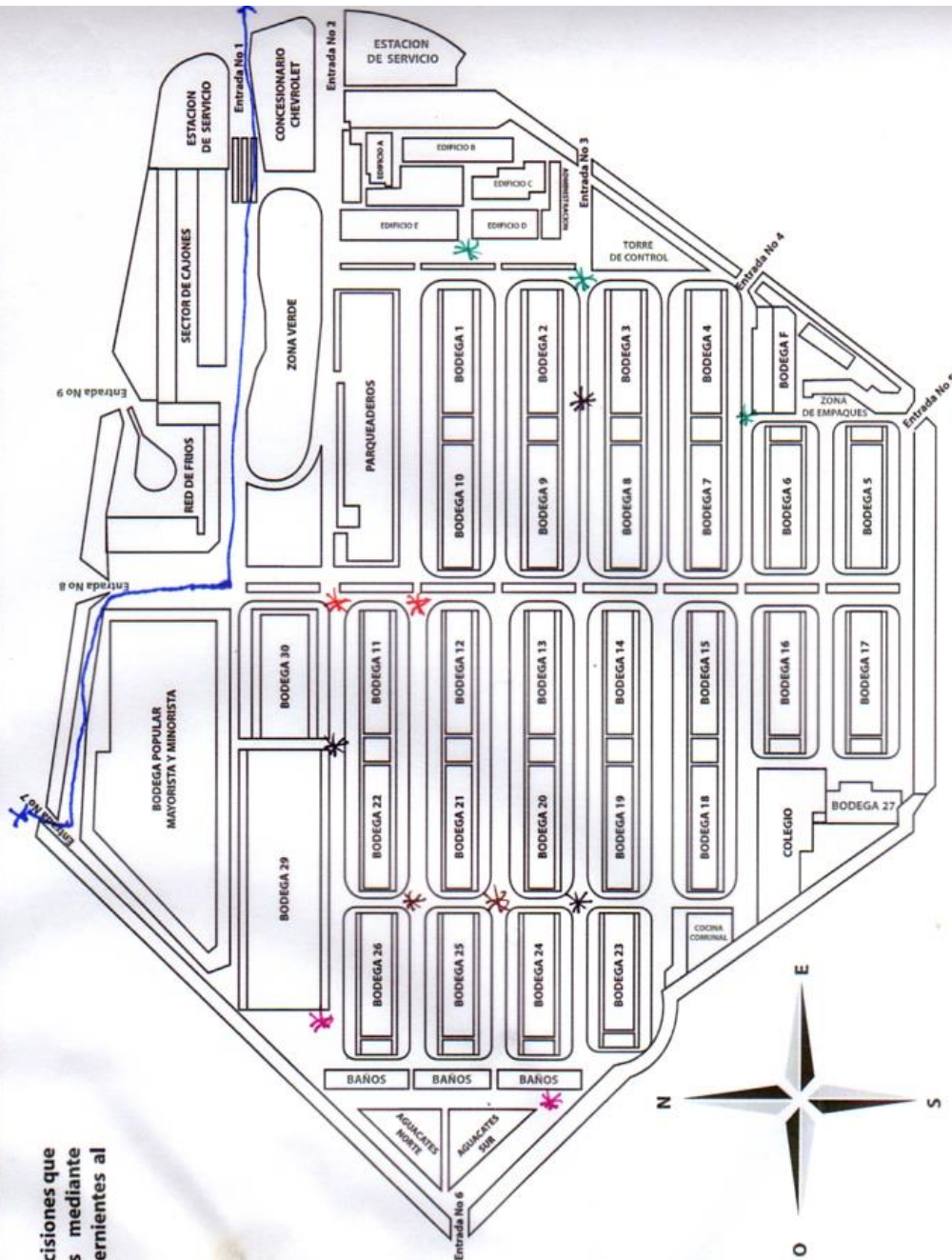
2 - De color negro marque su lugar de trabajo y/o campo de comercio en el cual más se desenvuelve.

3 - De color café ubique el lugar que usted cree que contiene mayor desorden de basuras en Corabastos.

4 - De color verde ubique el lugar que considere más aseado de Corabastos

5 - De color rojo ubique los lugares donde compra o consume alimentos dentro de Corabastos

6 - De color violeta o morado, ubique el lugar que frecuenta para botar las basuras sea dentro o fuera de la bodega.



## Anexo 4 – Matrices de análisis gráficas

### MATRIZ DE ANÁLISIS - IMAGEN

#### LITERAL / REPRESENTATIVA

##### ■ INFORMATIVA

Imágenes anatómicas, noticias, turismo, documentos de identificación.

##### □ DIDÁCTICA

Imágenes científicas, libros escolares, exposiciones.

¿Qué denota?

Pretende presentar de una manera inusual en el ámbito de Corabastos información acerca del uso correcto de las canecas de basura en la plaza de mercado, buscando proponer un sentido de pertenencia y de apropiación por la problemática y ser parte activa del cambio.

#### CONCEPTUAL / SIMBÓLICA

##### ■ PERSUASIVA

Imágenes para comercialización de productos y servicios de consumo, para propaganda política o ideológica, para comunicaciones de interés social (salud, seguridad, prevención).

##### □ SÍGNICA

Señales de tráfico, instrucciones, mapas, banderas, moneda.

#### FIGURAS RETÓRICAS

■ Metáfora

■ Símil

□ Sinécdoque

□ Hipérbole

□ Alegoría

□ Otra

#### Medio de representación

□ Fotografía

□ Fotomontaje-intervención

■ Ilustración

■ Dibujo

□ Imagen tipográfica

¿Qué connota? ¿por qué? ¿para quién?

A través de los elementos gráficos a implementar se busca que los comerciantes tomen una parte activa en su diario laboral y corrijan sus malos hábitos en el desecho de basuras, se busca generar espacios en los cuales se pueda aludir a elementos rurales que inviten y familiaricen más a los comerciantes con el mensaje y la información planteada por el proyecto.

## MATRIZ DE ANÁLISIS - COMPOSICIÓN

### Formato y espacio

#### ● FORMATO

☐ Vertical / retrato ☐ Horizontal / apaisado ☒ Cuadrado

#### ● ESPACIO

☐ Pasivo ☒ Activo ☐ Recesivo ☐ Dominante

¿Qué connota la elección del formato en esta pieza?

La elección de formato permite que la manipulación de la pieza pueda ser aplicada en distintos soportes sobre los cuales se pretende implementar dichas piezas gráficas, la idea es abarcar el espacio de una manera completa, buscando llamar la atención sobre los comerciantes de Corabastos generando sensaciones de familiaridad y tradición en los mismos.

### Composición

#### ● EQUILIBRIO

☐ Simétrico ☒ Asimétrico ☐ Ruido

#### ● POSICIÓN

☒ Dirección / movimiento ☐ Gravedad ☐ Levedad ☐ Centralidad

#### ● RELACIÓN

☐ Dispersión / ☒ Concentración ☐ Similitud / ☐ Contraste ☐ Anomalía

#### ● ESTRUCTURA

☒ No perceptible ☐ Perceptible

¿Es atractiva la pieza? ¿Coincide con lo que se quiere connotar?

El nivel de atracción, de familiaridad y cercanía que se quieren obtener con el formato y la composición, buscan que en conformación física tenga una intervención completa y concreta sobre el medio a implementar.

### Jerarquía

#### ● PUNTO FOCAL

¿Se identifica claramente? ☒ Si ☐ No ¿cómo?

☒ Tamaño ☒ Color ☒ Forma ☐ Ubicación ☐ Orientación

#### ● ORDEN DE LECTURA

¿Se identifica claramente? ☒ Si ☐ No ¿cómo?

☐ Tamaño ☐ Color ☒ Forma ☒ Ubicación ☒ Orientación

¿El orden dado por los pesos visuales de los elementos orienta la lectura lógica de la pieza?

☒ Si ☐ No ¿por qué?

El nivel de orientación, permite que los pesos visuales, conlleven a la información textual que se pretende brindar a través de la frase o lema a implementar en las piezas gráficas, el cual está orientado y propuesto para ser dirigidos a los textos complementarios racionales que buscan informar a la gente sobre los riesgos potenciales a los cuales que se exponen al hacer un mal uso de los desechos residuales.



## MATRIZ DE ANÁLISIS - COLOR

### Uso del color

#### ● TRATAMIENTO DEL COLOR

☒ Color pantalla RGB ☒ Impreso Full color ☐ Color tratado ☐ Duotono/bicolor ☐ Tintas especiales  
☐ Escala de grises ☐ Monocromía

#### ● FUNCIÓN

En esta pieza, ¿qué función(es) tiene el color?

☒ Atrae ☒ Crea ambiente ☐ Informa ☐ Estructura ☐ Orienta

¿cuál es el color dominante? El verde es el color predominante

¿qué simboliza en ese contexto? Alude a sensaciones o añoranzas del campo existentes en los comerciantes de Corabastos

IDENTIDAD DE LA MARCA, ¿aporta a su reconocimiento? ☒ Si ☐ No

PÚBLICO OBJETIVO, ¿a quién está dirigida la comunicación? Los comerciantes de Corabastos

¿se asocia con esa selección de color? ☒ Si ☐ No ¿por qué? Evoca el ámbito rural de donde proceden los comerciantes

#### ● COMBINACIÓN

CONTRASTE, ¿se identifica? ☒ Si ☐ No ¿cuál o cuáles se reconocen?

☐ Luminosidad (claro/oscuro) ☐ Cantidad ☐ Cálido/frío ☐ B-N/Gris/ Color  
☐ Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

¿A qué aporta? ☒ Visibilidad ☒ Legibilidad ☐ Jerarquía

ARMONÍAS, ¿se identifican? ☒ Si ☐ No ¿cuál o cuáles se reconocen?

Análogos ☒ Complementarios ☐ Triadas ☐ Otros

### Color connotativo

#### ● PERCEPCIÓN

¿Cómo se percibe la pieza en general?

TEMPERATURA, ☒ Cálido ☐ Frío SATURACIÓN, ☐ Desaturado (grisoso) ☐ Color puro ☒ Saturado (vibrante)

LUMINOSIDAD, ☒ Claro ☐ Oscuro

#### ● Paleta de Color

☐ enérgica, ☒ expresiva, ☐ eufórica, ☐ cómica, ☐ retro, ☐ nostálgica, ☐ soñadora, ☐ romántica, ☐ tierna,  
☐ melancólica, ☐ agresiva, ☐ provocadora, ☐ irreverente, ☐ amenazante; ☐ futurista, ☐ vanguardista, ☐ frágil,  
☐ delicada, ☐ elegante, ☐ actual, ☐ moderna; ☐ misteriosa, ☐ exótica, ☐ fantástica, ☐ curiosa; ☐ apasionada,  
☐ suave, ☐ armoniosa, ☒ joven, ☒ orgánica; ☐ extravagante, ☐ decadente, ☐ lúgubre, ☐ siniestra, ☐ infantil,  
☐ adolescente, ☐ anciana, ☐ femenina, ☐ masculina, ☐ deportiva, ☒ refrescante, ☐ urbana, ☐ amistosa, ☐ \_\_\_\_\_

¿Qué connota el color en esta pieza?

Evoca y trata de generar sensaciones de tranquilidad y relajación alegóricas a las zonas rurales del país, la idea es implementar tonalidades que generen un punto de atención en las personas que frecuentan Corabastos, y generen espacios de calma en donde se pueda informar de manera breve el correcto uso de las basuras en la plaza de mercado.

## MATRIZ DE ANÁLISIS - TIPOGRAFÍA

### Jerarquia

#### ● TIPOLOGÍA

¿qué tipos de texto se implementará en la pieza gráfica?

■ **TEXTO PRINCIPAL O DISPLAY**: ☐ titulares, ☐ copy, ☐ marca, ☐ otro, cuál? \_\_\_\_\_

■ **TEXTOS SECUNDARIOS**

☐ **TEXTO EN PÁRRAFO**

☐ **TEXTO COMPLEMENTARIO**: ☐ datos de contacto ☐ datos de evento ☐ otro, cuál? \_\_\_\_\_

■ **TEXTOS INFOGRÁFICOS**

■ **ESTADÍSTICOS O CIFRAS**: ☐ porcentajes, ☐ precios, ☐ fechas, ☐ otro, cuál? \_\_\_\_\_

#### ● VISIBILIZAR LAS JERARQUÍAS

¿Se identifican claramente? ■ Si ☐ No

☐ **TAMAÑO O CUERPO**: cuántos tamaños se implementarán? \_\_\_\_\_ 3

☐ **ESTILO**: ☐ Serif, ☐ SansSerif, ■ Manuscrita, ■ Decorada, ☐ otro

☐ **PESO**: ■ Regular, ■ Bold, ☐ Light, ☐ otro

☐ **EJE**: ■ Redonda-roman, ☐ Itálica-oblicua-inclinada

☐ **CAJA**: ☐ Alta o mayúsculas, ☐ Baja o minúsculas, ■ Altas y bajas

#### ● RELACIÓN TIPOGRAFÍA-IMAGEN

¿Cuál es la posición de la tipografía con respecto a la imagen?

☐ Textos sobre imagen ■ Textos al lado-arriba-abajo de la imagen

¿La tipografía se ve y se lee claramente? ■ Si ☐ No ¿por qué?

☐ fondo limpio, ■ fondo texturado, ☐ contraste de color

### Función de la tipografía

#### ● TEXTO PRINCIPAL

Función Lingüística –**DENOTAR**– ¿qué dice el texto? Indicar o proponer a través del texto mensajes que inviten a los comerciantes a hacer un uso correcto las canecas de basuras en Corabastos.

Función Simbólica –**CONNOTAR**– ¿cómo lo dice?

■ **Serif** ■ clásico, ■ tradicional, ☐ delicado, ☐ conservador, ☐ formal, ☐ refinado, ☐ respetable, ☐ seguro, ■ elegante, ☐ poético, ☐ romántico, ☐ religioso, ☐ cálido, ■ amigable, ☐ otro cuál? \_\_\_\_\_

☐ **SansSerif** ☐ actual, ☐ dinámico, ☐ potente, ☐ preciso, ☐ moderno, ☐ estable, ☐ claro, ☐ fresco, ☐ universal, ☐ informal, ☐ deportivo, ☐ corporativo, ☐ tecnológico, industrial, ☐ otro cuál? \_\_\_\_\_

☐ **Otro, ¿cuál?** ☐ artificial, ☐ infantil, ☐ multicultural, ☐ psicótica, ☐ exótica, ☐ siniestra, ☐ cómica, ☐ urbana, ☐ fantástica, ☐ legendaria, ☐ electrónica, ☐ intrigante, ☐ otro cuál? \_\_\_\_\_

¿Cómo se podría describir la sensación que pretende transmitir la tipografía en este texto?

La idea es generar la sensación de familiaridad y de identidad en los comerciantes de Corabastos para que ellos se conviertan en parte activa y difusora del mensaje a transmitir en la plaza de mercado

¿Corresponde con la intención comunicativa?

Si, pues la idea es que los diferentes elementos que conforman la pieza gráfica, sean elementos generados a partir de elementos representativos a lo tradicional, lo cultural y autóctono del ámbito rural.